

《澳門新視角》 第六期

總編輯：邱庭彪

副總編輯：龐川

贊助：澳門基金會

出版者：澳門青年研究協會

電話：(853)2852 6255

傳真：(853)2852 6937

電郵：macaumyra@gmail.com

網址：www.myra.org.mo

創刊日期：2007.11

出版日期：2010.05

封面設計：劉新宇

印刷：嘉華印刷公司

發行數量：600本

定價：非賣品/Not-for-sale

編輯的話

2009年澳門充滿了衆多意義重大的政治議題。跨入2010年，學者們的視線逐漸從去年對政治議題的高度關注，逐漸轉變為對於澳門經濟、民生問題的全面關注，這個變化從本期《澳門新視角》所收錄的學者文章中可以清楚地觀察到。

在本期雜誌中，收錄的作品涵蓋了澳門旅遊業的政治經濟分析、宏觀經濟指標、會展發展策略、市民危機意識調查、法律修訂、法律教育、文化發展等多方面的議題，從各個角度提出了學者們的見解，豐富了期刊的內涵，也契合了本會以及本刊的價值觀——發揮所長，為澳門社會的全面發展和進步進言獻策。

回歸十年來，澳門的政治、經濟和社會都取得了世人矚目的成績，但在發展的同時，也出現了新的問題和矛盾。這些問題和矛盾，有些是在以前就存在但沒有凸顯出來，有些是在新的政治經濟環境下而出現的。本刊希望在下一期的雜誌中，有各界學者針對這些新的問題和矛盾，貢獻各位的真知灼見。

《澳門新視角》副主編：龐川

二〇一〇年五月

目 錄

編輯的話	龐 川
澳門打造成為“世界旅遊休閒中心”的政治經濟分析	葉桂平 1
“信心比黃金和貨幣更重要”	
——源自 2010 年首季“澳門消費者信心指數”的調查分析	劉成昆 8
對《噪音法修訂諮詢文本》的若干意見	吳小麗 14
澳門居民危機意識調查	陶 章、龐 川 16
澳門國際貿易投資博覽會的營銷策略分析	徐勁飛 24
淺談北京藝術區開發模式及對澳門藝術區開發之思考	陳子夏 32
試論全球化背景下澳門國際法教育的現狀與未來	吳燕妮 37
另類視角看九寨溝	李 略 42
《澳門新視角》徵稿啟事	47

澳門打造成為“世界旅遊休閒中心”的政治經濟分析

葉桂平¹

1 前言

國家發展和改革委員會於 2008 年底批准公佈的《珠江三角洲地區改革發展規劃綱要（2008-2020）》（以下簡稱《綱要》）中，首次將推進粵港澳合作的構想提升到國家發展戰略的最高層面，將其納入國家發展規劃。其中，更突破性地確立了澳門作為“世界旅遊休閒中心”的戰略定位。

本文將對澳門定位為“世界旅遊休閒中心”的政策依據進行分析，著重從政治和經濟的角度來探究其對國家政治和經濟發展所帶來的好處，並探討這一中心對澳門產業多元化發展的重要作用。

2 “世界旅遊休閒中心”定位的政策依據

2.1 滿足澳門經濟發展的需要

澳門面積 29.2 平方公里，人口 54.22 萬，屬於典型的微型經濟體。根據澳門統計暨普查局的 GDP 增長率資料，澳門經濟從回歸前的經濟負增長過渡到回歸後的正增長，其中有六年的增長率都在 10% 以上，2004 和 2007 年的增長率更是超過了 20%。

旅遊博彩業對特區政府經濟迅速發展貢獻很大。回歸後，特區政府採取了賭權開放政策，大型博彩公司的相繼投入營運，為澳門勞動力市場創造了大量職位，博彩業的井噴式發展為相關產業提供高速發展的動力，帶動了旅遊、建築和房地產、零售等行業快速的發展。筆者認為澳門博彩業一枝獨秀、挑起澳門經濟的大半邊天的現象，為澳門帶來了強大的“乘數效應”，與此同時，也存在著比較強的“擠出效應”及“馬太效應”，為澳門經濟的長期運行帶來了很大的隱憂。

雖然目前博彩業在澳門還有一定的發展空間，但是，博彩業的一些特點注定令它難以成為一個地區可以長期依靠的產業。首先，博彩業的產業鏈較短，而且很難延長，對工業以及高科技產業的帶動能力有限；第二，博彩業非常容易受外部環境的影響，世界各地區尤其是澳門周邊國家和地區的發展情況、政策措施以及天災人禍都有可能影響澳門的博彩業；最後，博彩業屬於風險投機行業，發展大起大落。

¹葉桂平，博士，澳門新視角學會會員，澳門科技大學國際旅遊學院課程協調主任、助理教授。

因此，為了減少旅遊博彩業可能帶來的震蕩、充分利用祖國所給予的優惠政策保證澳門經濟長期穩定發展，發掘自身對外聯繫密切的優勢，從聯繫各方的過程中創造價值，想方設法延長博彩業的產業鏈，便成為澳門發展的一個重要方向。

2.2 符合珠江三角洲地區的整體利益

經濟全球化與區域經濟一體化已經成為世界經濟格局發展的兩大趨勢，區域旅遊一體化作為區域經濟一體化的重要組成部分而存在。為了應對國際競爭，區域間必須加強產業整合，實行產業分工合作，將澳門打造成國際旅遊休閒中心，將為珠三角旅遊產業的發展提供一個良好的平臺。

珠三角地區是廣東省對外交往的頻繁地區，也是廣東省旅遊業最發達的地區。珠三角地區旅遊業發展在廣東省處於舉足輕重的地位，從某種程度上說珠三角地區旅遊業的發展狀況決定了整個廣東省的旅遊業發展水平。¹但珠三角的旅遊業仍然存在很多問題，尤其是在加入WTO後，旅遊業與各行各業一樣，逐步接受著國際化的挑戰，這些都需要與國際性旅遊城市合作，以此來提高國際競爭力。早在1993年，粵港澳就已經啟動了“大珠三角”旅遊合作機制，共同打造國際化的旅遊品牌，經過十幾年的不懈努力，珠三角旅遊區已經成為國際旅遊市場的知名品牌。在珠江三角洲區域旅遊一體化日益成熟的今天，將澳門打造成一個世界級的旅遊休閒中心，無疑是將區域經濟一體化向更高發展階段推進。

珠三角地區具有發達的海陸空交通網絡，各旅遊要素轉移便捷，但是在交通規劃過程中，各地缺乏區域整體意識，忽略了區域邊緣的交通建設。在大珠三角地區構建一個旅遊中心，可以從全局出發，共同解決區域障礙，將不同地區의各種旅遊要素、資源整合而成為競爭優勢。逐漸形成以澳門為龍頭，珠三角，以至內陸為腹地的“國際旅遊圈”。

2.3 澳門有足夠條件成為“世界旅遊休閒中心”

澳門擁有相當的經濟實力。自19世紀中葉起，澳門就是一個自由港，現在仍是一個獨立關稅區，外匯可以自由流入和流出，在國際上有著獨特的經濟地位和影響力。回歸以來，澳門整體經濟連年保持正增長，本地生產總值已突破1,400億澳門元大關，與此同時，澳門公共財政收支也連續十年出現盈餘。澳門不僅經濟發展速度加快，經濟規模擴大，而且經濟發展水平和素質也在不斷提升。儘管受世界金融危機的影響，2009年第三季度，

¹陳浩等：《珠江三角洲城市群旅遊空間結構與優化分析》，載於《地理科學》，2008年2月，第28卷第一期。

澳門 GDP 增長仍達到了 8.2%。澳門外匯儲備水平不僅達到流通貨幣的 19 倍，也足夠支持全數澳門幣廣義貨幣供應。這種高度的儲備支持水平保證了澳門幣的完全可兌換特性，也維持了澳門貨幣的穩定性。澳門本身是一個完全對外開放的市場，又有經營成本低、稅制低、生活指數低、基礎建設完善、流動性高等優點，是一個理想創業、經商之選。

澳門在國際上的知名度日漸提高。國際社會對澳門近些年的發展也給予了高度的評價。在《全球城市競爭力報告 2005-2006》中，澳門在全球 110 個城市的“消費性服務業競爭力”中位居第六；在 2006 年的柏林國際旅遊交易會中，澳門被 26,000 個當地旅遊業界代表評為亞洲最具前景的旅遊目的地。截止目前，共有 79 個國家和地區給予澳門護照免簽或落地簽證待遇，65 個國家駐香港總領館、名譽領館將其領區擴大至澳門或可在澳執行領事職務，葡萄牙、安哥拉、菲律賓在澳設有總領館。¹特區政府還和眾多國家和地區在民航、司法協助、投資保護等領域簽署了一系列雙邊協定。因此，較強的經濟實力與較高的國際知名度滿足澳門打造世界旅遊休閒中心的目標。

澳門旅遊業有了紮實的基礎。回歸以來，澳門旅遊業呈不斷發展勢頭。首先，遊客人數快速增加，1999 年的遊客人數首次突破 700 萬，2001 年突破 1,000 萬，到 2009 年已經達到 2,100 萬人。其次，隨著遊客人數的不斷增加，旅遊業的收入也不斷上升，2008 年澳門總的旅遊收入是 1,246 億澳門元，當中博彩業消費是 1,071 億澳門元，其它的大約占 175 億。伴隨著外資博彩公司的投入，澳門旅遊硬件設施也有了很大的改善，澳門擁有全球最大的賭場，現有會展場館約 14 萬平米，35 間四星及五星級酒店合共可提供 15,478 間客房。旅遊業的結構也從過去單一的以博彩業為主的結構向多元化的結構發展，澳門已經基本形成了圍繞旅遊、博彩為主體，輔以酒店、零售、物流、飲食及旅遊培訓等的系統旅遊業體系。

3 “世界旅遊休閒中心”的建設符合國家的政治戰略部署

3.1 繼續確保“一國兩制”政策方針在澳門的成功實踐

一國兩制的制定目標是為了維持及促進香港、澳門及臺灣的經濟發展和穩定繁榮。將澳門打造成為世界旅遊休閒中心的概念，是在以中國大陸

¹李凱，趙博：“澳門同胞分享偉大祖國崇高國際聲譽——訪外交部駐澳特派員公署特派員盧樹民”，新華網，2009 年 12 月 17 日。

http://news.xinhuanet.com/gangao/2009-12/17/content_12661840.htm

作為強大後盾的基礎上，結合澳門的實際情況，對澳門的經濟發展確立一個新的坐標。

由於彈丸之地的澳門自身的經濟發展空間非常有限，屬於微型經濟體，所以新澳門新紀元的經濟發展的路向和定位是沒有選擇的選擇，只能是充分利用其自由港、獨立關稅地區的特殊地位和作為中西交流的窗口、橋梁和國際通道的區位優勢，在全球化的國際競爭、區域競爭和國際合作、區域合作中探索和確立其經濟發展的坐標系。¹《綱要》對澳門的這一戰略定位，正是準確地抓住了澳門的經濟特征。當然，“旅遊休閒中心”的定位不是排它性的，例如特區政府提出的“將澳門發展成為區域性商貿服務平台”，兩者並不矛盾，是相輔相成的。

從 CEPA 的簽訂，到“珠澳跨境工業區”，從《泛珠三角區域合作框架協議》，到今天的《珠江三角洲地區改革發展規劃綱要(2008-2020 年)》，都是在將區域經濟合作具體化，將一國兩制具體化。一國兩制是澳門經濟發展的基石，澳門經濟同樣也是一國兩制成功的重要保證。

3.2 貫徹“科學發展觀”，鼓勵粵港澳地區以國際視野進行合作及開發模式的制度創新

由於澳門回歸以來，澳門與內地之間經濟交流與合作已經具有了非常好的基礎，而要進一步向前發展，就面臨著創新合作機制、合作方式的問題。澳門特區作為中國的單獨關稅區，實行與中國內地不同的經濟體制，與中國內地之間不可避免地存在一些貿易、投資障礙，客觀上影響雙方之間經濟交流與合作的進一步發展。因此，逐步消除澳門特區與中國內地經濟交流與合作中的制度性障礙，促進澳門特區與中國內地之間經濟要素的自由流動和經濟的融合，就成為澳門特區與中國內地經濟交流與合作與經濟發展內在要求。

《綱要》與 CEPA 不同的是，前者瞄准了澳門獨特的旅遊資源，而後者則偏重於製造業。澳門由於自身因素，第二產業發展有限，加工業在 20 世紀中期曾達到 35%，是澳門第一大支柱產業，但進入 21 世紀，第二產業的比重已下降至 15% 左右。在 CEPA 的刺激下，雖然製造產品總值與進出口貿易額有了可觀的增長，但是旅遊業的龍頭地位卻一直沒有被動搖。構建旅遊休閒中心可以看成是兩地旅遊合作的更進一步。

要擴展國際視野，則應該充分發揮澳門與歐盟國家和葡語國家的關

¹齊鵬飛：《從經濟發展的角度透視“一國兩制”在新澳門的成功實踐》，載於《“一國兩制”研究》，2009 年第一期，第 151 頁。

系。澳門與歐盟國家之間一直保持著良好的互動關係。“中國—葡語國家經貿合作論壇(澳門)”的開辦，更加突出了澳門對於中國與葡語系國家聯系的平台作用。借助之前的良好合作環境，港澳地區可以借鑒歐盟模式，與內地，特別是珠三角地區的旅遊資源進行互補，打造一條珠三角一體的旅遊線路，並且通過澳門這個平台，以旅遊為切入點，推向全球。

“科學發展觀”提倡的“科學發展，先行先試”及“錯位發展”的原則，不但提供了粵港澳新合作模式的理論基礎，更進一步促使粵港澳地區以國際視野進行合作，以及促使其開發模式的制度創新。

3.3 支持澳門弱化“賭城”形象，維護國家社會傳統價值觀的傳承

古語有云：“君子愛財，取之有道”。賭博與中國古代社會重義、賤利、節欲的文化傳統相違背。澳門的“賭城”形象與傳統價值之間的矛盾，容易使遊客，尤其是內地遊客對澳門產生誤解，認為來過澳門就意味著參與了賭博，“賭城”的旅遊形象使一些遊客產生顧慮而不敢到澳門旅遊。

要打造世界級的旅遊中心，澳門必須開拓更多的旅遊元素，例如文化遊、商旅遊。這些元素都是澳門已有的資源，只是在博彩旅遊馬太效應與擠出效應之下，一直被人們所忽略。澳門作為中西文化交流的樞紐，近400年中西文化交融形成了獨特的澳門本土文化，這種文化在澳門的城市風貌、市井風情、社會結構等方面都得到體現。葡式堡壘、中式廟宇、巴洛克教堂和碎石仔路在澳門隨處可見，成為吸引旅客寶貴且最具潛力的獨特的旅遊資源。此外，澳門休閒度假環境亦十分理想、澳門城市消費水平相對來說也不高、旅遊服務設施完備、特別是澳門旅遊形象的定位與推廣具有美輪美奐的中西特色餐飲，深受遊客歡迎，因此，澳門具有發展商務會展旅遊的巨大潛力。¹將來的澳門，應該是一個集娛樂、度假、觀光、購物、美食、文化體驗等於一體的休閒旅遊勝地，吸引的將是各個年齡階層，各行各業的旅遊人士。

4 “世界旅遊休閒中心”的建設符合國家經濟發展的需要

4.1 加強粵港澳三地在經濟方面的分工合作、優勢互補，促珠三角地區成為全球最具競爭力的大都市圈之一

澳門本身地域狹小、資源不足，無論是發展會展業，還是培育其他休閒旅遊元素，都需要加強與周邊地區，特別是與粵港合作，來共同打造世

¹史占霞：《澳門旅遊形象的定位與推廣》，中國優秀碩士學位論文全文資料庫，2005年。

界旅遊休閒中心。¹澳門回歸後，粵港澳三地的交往層次由民間自發型上升為政府主導型，經濟合作取得一定進展。但同時，粵港澳關係也存在不和諧的一面——體制障礙、理念差異、利益沖突等問題仍突出，資源互補優勢並沒有真正轉化為共贏局面。

在這個背景下，《綱要》的通過意義重大，為粵港澳合作提供了空前機遇。在《綱要》中，珠三角地區定位為“擴大開放的重要國際門戶”，提出珠三角地區的另一個戰略定位是“世界先進製造業和現代服務業基地”。《綱要》提出，珠三角地區要“發展與香港國際金融中心相配套的現代服務業體系，建設與港澳地區錯位發展的國際航運、物流、會展、旅遊和創新中心”。

可見，粵港澳定位可以相互疊加、聯動發展，旅遊文化產業則是三地利益交匯的共同區域。廣東尚有巨大的發展空間，尤其是靠近澳門的粵西地區在自然環境和生態資源方面具有優越性，這是廣東謀求旅遊發展的比較優勢。但是，由於制度的限制，廣東尚難以單憑自身的力量建成國際性的旅遊休閒度假區，只有與澳門結合才會產生更大的國際影響力，才會擁有更多元化和精彩的娛樂元素。同樣，在現有土地規模和資源條件下，澳門也難以單憑自身的力量打造成“世界旅遊休閒中心”，只有與廣東尤其是珠海結合，旅遊業才持續發展壯大，經濟才能實現多元化發展。

4.2 支持澳門積極推動產業的適度多元化，維持澳門的繁榮穩定

博彩旅遊業的一枝獨秀並不能帶來澳門經濟實力的整體提升，相反，單一產業的過度發達，不僅降低了澳門經濟抵禦風險的能力，更加劇了地區產業結構的不平衡。澳門的博彩業限制了澳門文化旅遊資源的開發利用、旅遊產品的形成、旅遊基礎設施建設、旅遊市場等方面的發展。此外，貧富差距拉大、人口擁擠、交通堵塞、環境污染、房價攀升、病態賭徒、中學生輟學率升高、中小企業經營負擔增加等，都在加重社會發展的成本。

構建國際旅遊休閒中心的提出，相當於給澳門樹立了一個更有擴展價值、內涵更為豐富的城市形象，這將要求澳門在繼續做好博彩娛樂形象與休閒娛樂形象宣傳的同時，加強休閒度假形象與文化之都形象的宣傳，塑造與推廣以及相關產品的開發，完善服務體系與基礎設施建設，營造良好的旅遊發展環境。另外，也會極大地推動會展旅遊的發展。會展旅遊與博彩旅遊關係緊密，有許多資源可以共同利用，更為重要的是，會展經濟有

¹ 澳門經濟財政司司長譚伯源先生於2010年4月22日出席“珠江論壇暨世界級珠三角都會現況與前瞻高峰會”發表的講話內容。

較高的產業帶動作用，不僅可以培育新興產業群，而且可以直接或間接拉動城市基礎設施和其它相關硬體設施的建設。

圍繞世界旅遊休閒中心這一目標，澳門的旅遊業必須轉變成包括博彩旅遊、觀光旅遊、度假旅遊、商務旅遊、獎勵旅遊，乃至購物旅遊、保健旅遊等多元化的綜合性旅遊業為主導，包括酒店業、飲食業、批發零售業、會議展覽業、商貿服務業、物流業、文化產業等服務業的經濟體系，以減低澳門的經濟風險，提升澳門對區域經濟合作的貢獻程度和國際競爭力。

4.3 建立更加開放的經濟體系，積極融入全球經濟一體化

全球經濟一體化是生產力發展的必然結果。生產力的發展和不斷深化的國際分工，在客觀上要求打破國家對資源配置的地域限制，要求進行跨國家或地區集中生產能夠實現較大利潤的商品，使生產要素配置更加合理，使產業結構設置更加優化，最終實現產品總量的增加和生產的規模效應，使有關國家或地區相互受益。建立世界旅遊休閒中心，是中國為建立開放的經濟體制而做出的又一次努力。

全球經濟一體化是世界經濟發展的必經階段，深刻地作用於各國經濟，在澳門建立世界旅遊休閒中心，是以政府的力量協助旅遊業在珠三角地區發展“集群”，並且可以用國際化的視野，刺激集群升級。這樣達到優先推動珠三角旅遊業的結構升級，提供內陸旅遊發展新模式的目的是。

5 結語

世界旅遊休閒中心概念的提出完全符合國家政治和經濟發展的需要，尤其對澳門有非常重要的經濟意義，因而能夠得到各方的積極支持和配合。當然，世界旅遊休閒中心目前還在構建的初階段，發展是要有過程及角色地位的建立是需不斷積聚而成，不可能一蹴而就，而在這過程中，澳門要不斷強化本身既有的優勢條件，在軟件和硬件的環境建設上要進一步優化，以真正達到世界旅遊休閒中心應有的功能。

“信心比黃金和貨幣更重要” ——源自 2010 年首季“澳門消費者信心指數”的調查分析

劉成昆¹

摘要：本文以 2010 年首季“澳門消費者信心指數”的調查數據為依據，從經濟形勢、就業狀況、物價水準、生活水準、購房時機和投資時機等六個方面對澳門消費者信心進行了分析。分析結果認為，總體來看，隨著全球經濟形勢的好轉，2010 年第 1 季澳門消費者信心指數雖有波動，但仍屬震蕩企穩，並趨於樂觀；但同時在就業、物價、購房三個方面依然存在著不同程度的隱憂。

一、引言

2007 年，一場源自美國的次按危機，瞬間蔓延全球，演變成金融海嘯，全球信心隨經濟一起下跌，成為自 20 世紀 30 年代大蕭條以來最大的一次危機。2008 年 9 月，正當世界還是一片迷茫的時候，溫家寶總理一句“信心比黃金和貨幣更重要”，鼓舞了人心。此後，溫總理又在不同場合下強調了要堅定信心，應對危機。此次金融海嘯，實際上是一場信心危機，表明人們對市場和經濟發展的前景信心不足。正如大蕭條時臨危受命的美國總統羅斯福對民眾所言，“我們唯一要害怕的就是害怕本身”。美國總統奧巴馬在就職演說表示他上任的第一項任務就是“恢復公眾信心”。

公眾的信心，或者消費者的信心，一般是指消費者對現期和未來一段時期內與消費相關的經濟現象的滿意程度和心理預期。國際上通常以消費者信心指數（CCI）的調查來定量評價消費者信心。消費者信心指數是綜合反映並量化消費者對當前經濟形勢強弱的經濟指標，該指數的升降可視為經濟景氣的風向標。如美國密歇根大學的消費者情緒指數、美國會議委員會的消費者信心指數，早已成為備受關注的經濟預警指標。近期，海峽兩岸四地的中國內地、香港和臺灣相繼編制了各自的消費者信心指數；澳門也於 2008 年第 4 季由澳門科技大學在澳門率先編制了澳門消費者信心指數（MCCI），迄今已進行了六次調查。

本文將首先介紹消費者信心指數的起源及通用編制方法，接著說明澳門消費者信心指數的設立，最後重點解讀 2010 年首季澳門消費者信心指數

¹ 劉成昆，博士，澳門新視角學會理事，澳門科技大學行政與管理學院副教授。

的調查結果。

二、消費者信心指數的來源和編制

1946 年，美國密歇根大學調查研究中心受美國聯邦儲備委員會的委託，對居民家庭的資產負債進行調查，調查初衷是為了搜集居民家庭的資產和負債資料。George Katona 設計了第一份調查問卷，當時出於技術手段的需要首先詢問消費者對經濟形勢、對就業、物價、利率的看法，其後的實踐證明，這種對消費者的看法和預期的調查是一種創新。Katona 認為，消費者的看法、態度和預期這些心理的直接感受決定了他們的消費支出計劃，因此對消費者心理及其變動的測度就是對消費總量變動測度的一個補充。根據這一調查結果可以計算消費者情緒指數。後來人們又將這種情緒稱做“消費者信心”。經過實踐的核對總和不斷發展，消費者情緒（信心）指數逐漸被社會認可並接受，成為了經濟中備受關注的一個重要指標。

密歇根大學的消費者情緒指數（ICS）建立在當前經濟狀況指數（反映消費者對其當前財務狀況和購買計劃的想法）和消費者預期指數（度量對下一年和今後 5 年的預期）兩個子指數之上，每月發佈兩次（後改為每月一次），調查 500 個成人。其後，美國會議委員會編制了消費者信心指數（CCI），包括反映消費者對當時形勢看法的現狀指數和消費者對未來 6 個月形勢變化看法的預期指數，每月發佈一次，調查 5,000 個家庭。

中國國家統計局景氣監測中心於 1997 年 12 月開始編制中國消費者信心指數，北京市統計局亦於 2002 年初編制了北京市消費者信心指數。除此之外，還有上海財經大學推出的消費者信心指數以及新華財經推出的 e 兆消費者信心指數。1998 年香港中文大學編制了香港消費者滿意度指數；1998 年臺灣輔仁大學中央大學臺灣經濟發展研究中心綜合研究院共同編制臺灣消費者信心指數。而澳門遲遲未有官方或民間研究機構編制定期發表的澳門消費者信心指數。

目前國際上通行的做法，對消費者信心（或情緒）調查採用的是問卷調查法。調查問卷的設計圍繞著以下幾個方面內容：經濟發展形勢、家庭收入和就業、物價水準、消費或購買意願。每一方面均由兩類問題構成：對現狀的看法和對未來的預期。前者是指消費者對上述幾個基本方面當前整體狀況的評價；後者是指消費者對幾個基本方面未來一段時期（如三個月或者半年）發展變化趨勢的估計或預期。如美國會議委員會發佈的美國消費者信心指數自 1967 年開始至今調查問卷只含有 5 個問題，分別是：對

目前經濟形勢；就業形勢的評價；對未來 6 個月經濟形勢；就業形勢和家庭總收入的估計。屬於亞太地區範圍的萬事達卡消費者信心指數 (Master Index) 則要求受訪者回答對目前及未來半年 5 個“經濟要素”的看法和信心程度：就業狀況、經濟狀況、國民日常所得、股市發展及生活品質。

在調查問卷中，每一問題一般都有三個答案：肯定的（積極的）、否定的（消極的）和中性的（不變），由消費者根據自己的看法或判斷選擇其一。消費者信心指數通常以加權平均法計算獲得，計算結果以百分點表示。按照具體計算方法不同，指數取值有兩種：一是取值在 0—200 之間。100 是中值，表明消費者的信心（或情緒）是一種中立態度。0 表明極端悲觀情緒，200 反映的則是極度樂觀情緒；二是取值在 0—100 之間。50 是中值，100 反映的則是極度樂觀情緒。前述美國會議委員會發佈的美國消費者信心指數屬於第一種取值形式，而萬事達卡消費者信心指數採用第二種取值形式。

根據調查結果，可以分別計算現狀評價指數和預期指數，以及綜合的消費者信心指數。指數的基期可以選擇計算的初期為 100（或 50），也可以某一特定時期的消費者信心指數為基期值。例如美國會議委員會發佈的美國消費者信心指數自 1967 年開始發佈，基期就以 1967 年初為 100，每兩個月發佈一次。從 1977 年 6 月開始，改為每月一次。至 1986 年起以 1985 年的各月平均值為指數基期值。

三、澳門消費者信心指數的創立

澳門消費者信心指數 (MCCI) 是由澳門科技大學可持續發展研究所於 2008 年第 4 季完成編制並進行了澳門首次消費者信心指數的調查和結果發佈。該指數是透過國際上消費者信心指數的文獻研究，進而結合澳門的實際而編制的。

在調查問卷設計上，借鑑了國際上的通行做法尤其是香港、臺灣及中國大陸的調查問卷內容，覆蓋宏觀經濟形勢、家庭收入、就業、通貨膨脹、消費狀況、購買股票及樓房的時機等方面，每一個方面都相應細分成若干項現況問題和未來 3 個月的預期問題。

運用隨機抽樣的電話訪問方式，訪問 1,000 名澳門居民，調查頻率為每季度一次。2008 年 12 月進行了首次調查，2009 年 3 月、6 月、9 月、12 月以及 2010 年 3 月連續進行了五次調查。

指數計算上，每一項問題都設計成五級得分，包括非常好 (VF)、比較好 (F)、一般，比較差 (U)，非常差 (VU)，以及不知道 (拒答)。針對每

一道題目，計算每個選項被選中的百分比（包括不知道/拒答），運用以下公式計算其相對得分：

$$QScore = 100 + 100*VF\% + 50*F\% - 0*N\% - 50*U\% - 100*VU\%.$$

所得數值反映答案偏向樂觀的人群和偏向悲觀人群的比例之差，當人群中這兩者的比例基本平衡時，得分接近於 100；如果樂觀人群比例偏高，則得分大於 100；反之，則小於 100。根據現狀問題和預期問題的調查結果，可分別計算消費者現狀指數和預期指數，進而將分類計算的題目得分匯總後求算術平均，得到綜合的消費者信心指數。具體內容參見表 1。

表 1 澳門消費者信心指數問卷內容

分指數	現況指數（對目前看法）	預期指數（對未來三個月看法）
(1) 本地經濟	澳門的經濟總體狀況	澳門經濟總體形勢變化
(2) 就業狀況	澳門的就業狀況	澳門的就業狀況變化
(3) 物價水準	物價水準的滿意度	物價水準的變化
(4) 生活水準	家庭消費狀況滿意度	家庭消費狀況的變化
(5) 購買住宅	購買住宅的時機	購買住宅的時機
(6) 投資股票	投資股票或基金的時機	投資股票或基金的時機

其中，每一分指數調查均包括受訪者對目前（即“現況指數”）及未來三個月（即“預期指數”）主觀感受的判斷，而分指數的值則由“現況指數”及“預期指數”兩項加權計算得出。根據設定，指數評分範圍為 0 至 200，其中 0 表示“完全沒有信心”、100 表示“一般般、沒感覺”、200 表示“完全有信心”。簡單而言，小於 100 表示“信心不足”、大於 100 表示“有信心”。

四、2010 年首季澳門消費者信心指數的調查數據分析

澳門科技大學可持續發展研究所透過下設的市場調查中心，於 2010 年 3 月 29 日至 4 月 2 日利用所擁有的電話訪問系統（CATI），進行了 2010 年首季澳門消費者信心指數調查，總共成功訪問了 1,064 名 18 歲或以上的澳門居民。調查結果參見表 2。

表 2 2010 年首季澳門消費者信心調查數據 (包括同比和環比數據)

項目	現況指數				預期指數				分指數			
	2009 第 1 季	2009 第 4 季	2010 第 1 季	升跌 點數	2009 第 1 季	2009 第 4 季	2010 第 1 季	升跌 點數	2009 第 1 季	2009 第 4 季	2010 第 1 季	升跌 點數
本地經濟	79.44	115.33	110.95	↓ (4.38)	76.19	117.42	109.50	↓ (7.92)	77.49	116.58	110.08	↓ (6.50)
就業狀況	68.09	101.07	93.08	↓ (7.99)	68.35	105.88	100.10	↓ (5.78)	68.25	103.96	97.29	↓ (6.67)
物價水準	50.84	58.16	59.71	↑ (1.55)	95.43	67.48	60.41	↓ (7.07)	77.60	63.75	60.13	↓ (3.62)
生活水準	103.81	106.69	97.96	↓ (8.73)	93.02	97.88	94.24	↓ (3.64)	97.34	101.40	95.73	↓ (5.67)
購買住宅	55.47	41.90	34.64	↓ (7.26)	62.35	46.09	39.48	↓ (6.61)	59.60	44.41	37.55	↓ (6.86)
投資股票	67.94	88.92	94.63	↑ (5.71)	74.84	92.75	96.82	↑ (4.07)	72.08	91.22	95.94	↑ (4.72)
總指數	<u>70.93</u>	<u>85.34</u>	<u>81.83</u>	↓ (3.51)	<u>78.36</u>	<u>87.92</u>	<u>83.42</u>	↓ (4.50)	<u>75.39</u>	<u>86.89</u>	<u>82.79</u>	↓ (4.10)

調查數據分析表明：

a. 2010 年首季澳門消費者信心指數調查的總指數為 82.79，與上季(86.89)比較，環比下降 4.10；與 2009 年第 1 季 (75.39) 比較，同比上升 7.40。從絕對標準來看，2010 年首季澳門消費者信心指數小於 100 (100 表示“一般般，沒感覺”)，表明澳門消費者對當前和未來三個月依然是“信心不足”。

b. 納入總指數計算的六項分指數在 2010 年首季普遍呈現環比小幅回落，從前期階段性的最高點向下調整；部分分指數 (“本地經濟”、“就業狀況”和“投資股票”) 同比大幅上升。受惠於經濟復甦，“投資股票”成為本次調查中唯一環比上升的分指數。

c. 各項分指數中最高的是“本地經濟”，為 110.08，連續三季維持在“一般”水準之上，也是是次調查中唯一一項在“一般”水準之上的分指數。此外，無論是學歷高低、收入多少、年齡大小，其消費信心最高的分指數基本上都是“本地經濟”。這顯示澳門消費者對本地經濟發展的信心普遍較高。

d. 各項分指數中最低的是“購買住宅”，為 37.55，連續三季下跌，並創出 2008 年第 4 季首次實施澳門消費者信心指數調查以來的新低，顯示澳門消費者在房價持續上漲時購房意願逐步下降，住房市場觀望氣氛日趨加重。

e. 2010 年首季“就業狀況”為 97.29，較上季 (103.96) 環比下降 6.67，這表明在整體經濟回暖之際，就業市場仍有一定的壓力。但從“就業狀況”的預期指數來看，依然達到 100.10，高於現況指數 (93.08)，說明澳門消費

者對未來三個月的就業仍存有向好的預期。

f. 2010 年首季“物價水準”為 60.13，環比下降 3.62，同比顯著下降 17.47，延續了持續下跌趨勢，表明澳門消費者面臨的通脹壓力漸趨明顯。2010 年首季“生活水準”為 95.73，環比下降 5.67，同比下降 1.61，結束了前期連續上升的趨勢。表明物價和房價持續上漲的壓力對澳門消費者的生活開始產生影響。

五、結論

2009 年是全球經濟從衰退中復甦的一年，澳門經濟同樣完成了“V 型”反轉，順利走出低谷，重上經濟增長的軌道。從 2009 年全年澳門消費者信心指數的變化趨勢來看，前三季總指數一直上升，第 4 季輕微下降。對“本地經濟”和“就業狀況”的信心不斷上升，表明了 2009 年就業市場的逐漸回暖和經濟的逐步復甦，對“物價水準”和“購買住宅”的信心連續下降，則意味著消費者對未來物價上漲的期望不斷強化，通脹預期的日趨強烈。2009 年各季澳門消費者信心指數的調查結果，基本反映了澳門消費者信心指數作為預測澳門經濟趨勢和消費趨向的先行指標作用。

進入 2010 年，世界經濟復甦的差別開始顯現，總體而言，發達經濟體的復甦力度遠不如新興經濟體。在發達經濟體內部，經濟狀況也出現了較為明顯的分化，由於需求大幅回升，美國經濟復甦強勁；受累於疲軟的財政狀況，歐洲經濟復甦十分疲軟，修復財政狀況將降低歐洲經濟的中期增速；日本經濟復甦主要受益於以中國為首的新興經濟體的需求強勁恢復，自身增長動力不足。這表明，世界經濟在復甦之路上，依然存在著諸多不確定性因素。澳門經濟既面對復甦增長的機遇，也面臨波動反復的風險；既要保持博彩業的競爭優勢，又要推動適度多元化；既需促進就業，又需防範通貨膨脹。2010 年第 1 季的澳門消費者信心指數的調查結果顯示，總指數和大多數分指數普遍呈現小幅回落，從前期階段性的最高點向下調整，也在一定程度上預示著澳門經濟在 2010 年全面復甦、快速發展中的複雜性。

對《噪音法修訂諮詢文本》的若干意見

吳小麗¹

澳門現時的环境保護標準遠遠未跟上澳門的急速發展，居民和社會對於改善生活質量及環境的需求日漸增大。於是，特區政府在三月中旬推出了《噪音法修訂諮詢文本》，主要針對打樁工程噪音和社會生活噪音兩個部分，修改實施超過 15 年的噪音法。對於法例的修改居民普遍支持，可是當中亦有不少意見認為法例的修改並沒有達到居民的期望，而且部分噪音來源的規管範圍廣泛，只靠執法部門進行監察，會有較大的爭議。

一、淘汰傳統撞擊式打樁機

儘管撞擊式柴油打樁機的成本較其他打樁設備低廉，但其產生的廢氣、噪音、地面震動等負面影響，卻會為社會及居民帶來嚴重的危害，城市發展絕不能以居民的生活環境作為代價。據統計暨普查局 2009 年 6 月的一項統計顯示，澳門人口密度已經增至每平方公里 1.9 萬人，相當於香港的 3 倍。在人口密度如此高的澳門使用撞擊式柴油打樁機，不僅打樁時發出如飛機起降般巨大的噪音為居民所詬病，其燃燒柴油所產生的大量黑煙，以及撞擊引起的地面震動，均對周邊的環境和居民帶來極大的影響。鄰近地區早已淘汰了這類高污染的打樁設備。廣東省已在城市市區內建築施工禁止使用蒸汽樁機、錘擊樁機，香港也早於 1998 年至 1999 年分階段逐步收緊有關規範標準，並逐步淘汰靠近市區的地方使用高污染的打樁設備。澳門人口密度比鄰近地區都要高，應該盡快淘汰傳統撞擊式打樁機。

可持續發展是社會的大趨勢，以環保設備取代高污染設備更是必然的選擇，特區政府應該及早設定逐步取締傳統撞擊式打樁機的時間表。這樣不僅可以保障居民生活質量和環境，有助業界轉型、更新設備和培訓工人，而且也能夠配合澳門未來的可持續發展。

二、社會生活噪音應設考量標準及管制時限

關於管制社會生活噪音的修改中，只把住宅樓宇內使用視聽設備、聚會嬉戲活動、打麻雀及飼養動物等發出的噪音列入規管範圍，實際執行時還是由警察部門進行監察、取證，再依法處理。但這樣沒有科學的考量標

¹ 吳小麗，澳門新視角會員，澳門街坊總會副理事長兼秘書長。

準，沒有明確的管制時間，很容易造成取證困難和爭拗的情況。故此，期望當局認真聆聽居民的需要，深入考量制訂社會生活噪音的上限標準的必要性，為社會大眾提供科學數據作參考依據，減低未來實際執行時的爭議，並且適當設定噪音管制時限，讓居民對社會生活噪音的規管範圍更加清晰。

然而，對於生活噪音的防治，重點還是加強宣傳教育，提升居民的環保意識和睦鄰互助精神。居民間相互理解和溝通、彼此體諒和寬容才是解決生活噪音的最根本方法。

三、研究立法規管低頻噪音

針對持續不斷或明顯超標的噪音時，執法部門可以依法進行查處，噪音製造者也需承擔相應的法律責任。但中央空調、電梯、水泵等設備發出像「嗡嗡聲」一般的低頻噪音，卻一直游離於現行法規的規範之外。那些 200 赫茲、50 分貝以下的低頻噪音往往分貝不高，也沒有超標，且現行的噪音測量方法未能真實客觀地反映出這些低頻雜訊的存在，故長期得不到充份的重視或處理。這種低頻噪音穿透力強，如果長期受到滋擾，容易引起頭痛、失眠等症狀。所謂「低頻噪音」指的是頻率在 200 赫茲、50 分貝以下的聲音，低頻噪音可以使人產生神經緊張，心動過速，血壓升高，內分泌失調，煩惱激動、易怒等症狀。如果長期受到低頻噪音襲擾，除聽力受損外，也很容易造成各種神經官能症，嚴重者甚至影響到孕婦腹中的胎兒。

在《噪音法修訂諮詢文本》中，並沒有提及有關低頻噪音的內容，可見低頻噪音問題現階段還沒有引起政府的注意。但反觀鄰近地區已經逐漸關注到這方面的噪音對人類的危害。台灣自 1994 年已經把娛樂與營業場所的低頻噪音（20 赫茲至 200 赫茲）納入管制範圍；2008 年內地亦在《社會生活環境雜訊排放標準》內，正式把低頻噪音污染納入監管範圍，在分貝測量基礎上，增加了低頻段（31.5 赫茲～500 赫茲）頻譜評價。儘管其他地區在管制低頻噪音方面仍有完善的空間，但相較而言澳門在這方面的法規卻仍舊空白。特區政府應該認真正視低頻噪音問題，研究於《噪音法》內加入管制低頻噪音的內容，保障居民能有更優質的生活環境。

為此，特區政府應認真正視低頻噪音問題，研究於《噪音法》內加入管制低頻噪音的內容。同時，亦應適當修改噪音法的配套法規《核准有關規範若干環境噪音之預防及控制之法令中第十六條所規定之「聲學規定」》，研究加入有關低頻噪音的測量方法，保障居民能有更優質的生活環境。

澳門居民危機意識調查

陶 章 龐 川¹

摘要：危機意識和危機教育在公共危機管理中的重要性日益顯現。當代社會已步入高風險的時代，沒有任何社會組織可以完全隔離於重大危機情境之外，也沒有方法可以完全控制或者預防潛在的危機事件的發生，但通過危機教育增強居民的危機意識，這種風險可以得到有效的降低。本文通過問卷調查的方式，發現澳門居民的危機意識總體上還有待加強，提出了完善危機教育體系的建議，包括首創性地提出了將危機教育納入公共危機管理體系的構想。

關鍵字：危機意識 危機教育 危機管理 澳門

引言

現代社會已經進入非隨機的風險時代²，各類公共危機事件日益頻繁。所謂公共危機，一般是指突然發生，造成或者可能造成重大人員傷亡、財產損失、生態環境破壞和嚴重社會危害，危及公共安全的緊急事件³。

意識是人腦對客觀世界的客觀反映，同時，意識又能動地反作用於客觀世界，以人的實踐行為為載體，“指導人們去積極地改變世界”⁴。所謂危機意識，指對現狀或未來懷有強烈的不安全感的社会思想意識和文化精神狀態，其同義詞是憂患意識⁵。

國民危機意識的強弱直接關係到政府危機管理的效果⁶。對災難性危機事件的處置是否可以取得成功，不僅取決於政府當局是否可以及時有效地組織應對之策，城市居民是否能採取恰當的應對行動也至關重要。隨著社會矛盾凸顯和危機頻繁時期的到來，適時開展系統化的危機教育顯得日益

¹ 陶章，碩士，澳門新視角學會會員，東莞南博職業技術學院講師；

龐川，博士，澳門新視角學會會長，澳門科技大學行政與管理學院副院長、副教授。

² Beck, Ulrich, Risk Society: Towards a New Modernity. 1992, London: Sage.

³ Kersten A, Crisis as Usual: Organizational dysfunction and public relations, Public relations Review, 2004.4, P544-P549

⁴ 程力群. 意識論. 石家莊: 河北人民出版社, 1963.

⁵ 危機意識與美國強國之路, 呂慶廣, 徐州師範大學學報(哲學社會科學版), 2006 Vol.32 No.03 P59

⁶ 培養公民危機意識預防突發事件發生——各國應對公共危機的做法值得我國借鑒, 顧桂蘭, 現代職業安全, 2009 No.02, P70

迫切¹。成功的危機意識教育，不僅有利於提升政府公信力，而且利於公眾積極防備，維護個人生命財產²。基於此，本研究就澳門居民的危機意識展開調查，以期獲得相關資料，為相關機構的決策提出參考意見。

一、問卷設計及抽樣方法

此次問卷的設計主要借鑒了北京減災協會（2006）和清華大學公共管理學院危機管理課題組（2005）的訪問內容。調查內容主要針對澳門居民的危機應對知識及技巧、危機資訊的獲取以及在住所採取的應對“危機”的準備措施進行調查。

在抽樣過程中，因為資源及時間的限制，本研究主要採用便利抽樣的方法獲取樣本，為增強樣本代表性，分別對澳門、氹仔及路環區的居民大致按人口比例進行調查，同時在訪問時綜合考慮樣本的年齡結構。本研究設計總訪問量為 152 份，具體分佈如表 1：

表 1：問卷調查的區域分佈

區域	人口比例 (%)	設計訪問量
澳門	86	130
氹仔	13	20
路環	1	2

注：人口比例來自 2008 年澳門統計局資料：

http://www.dsec.gov.mo/getAttachment/845ce977-515a-48fb-b9d4-3675ee57e207/C_POP_FR_2008_Y.aspx

此次問卷調查於 2009 年 1 月至 3 月間展開，主要通過直接與受訪者面談和電子郵件兩種方式發放，問卷回收後經整理核對，共錄得有效問卷 103 份，符合了統計學意義上的大樣本概念。

二、資料分析

受訪者中，50.5%為男性，49.5%為女性；61.2%年齡在 15 至 35 之間，27.2%在 35 至 55 之間，11.7%在 55 歲以上；1%小學及以下學歷，7.8%初中

¹ 丘巒，中評社-中國人普遍缺乏災害危機意識，星島環球網 2008-02-03，
http://www.stnn.cc/features/snowstorm/9/200802/t20080203_726713.html, 2009 年 5 月 10 日最後登陸

² 培育社會公共危機意識的意義及途徑分析，潘攀，管理觀察，2009 年第 2 期，P25

學歷，24.3%高中學歷，65.0%為本科及大專學歷，1.9%研究生及以上學歷。

本問卷的信度檢驗採用重測信度檢驗方法。具體操作如下：當問卷設計完成以後，邀請了3位符合抽樣條件受訪者A、B、C認真填寫該問卷，填寫後收回問卷並標記為A-T1，B-T1，C-T1。兩星期以後，再邀請以上的3位受訪者重新填寫問卷並收回，標記為A-T2，B-T2，C-T2，然後將這六份問卷的調查結果輸入SPSS資料檔案，對A-T1和A-T2，B-T1和B-T2，C-T1和C-T2分別進行0.01水準下的雙尾Bivariate相關性分析，結果如表2：

表 2: 信度检验结果

組 別	A-T1 和 A-T 2	B-T1 和 B-T 2	C-T1 C-T 2
相關係數	.995	.789	.965

以上結果顯示，B-T1 和 B-T 2 組資料的 Bivariate 相關係數討論臨界值 0.8 十分接近，其他兩組資料相關係數遠大於 0.8，由此可以判定該問卷通過了信度檢驗。

效度方面，本研究以過往相關理論研究為基礎，並參考已有的實證問卷與結果加以修訂，在完成問卷初稿後，請澳門普通民眾填寫問卷，然後對詞語表達上的問題進行修正。如此，便可以保證較好地獲得研究需的資料。

下面將對問卷調查內容進行具體分析：

(一) 避險意識

在調查統計中發現，居民在重大危機避險意識方面仍有較大欠缺，46.6%的受訪者不清楚住所附近有無指定的避難場所；65.0%的人不清楚工作/學習的地方附近有無指定的避難場所，49.5%的居民沒想過如果發生危機事件應該如何避難。

如此高比例的受訪者不清楚身邊的避難資源，究其原因，主要有二：一是民眾認為危險離自己很遠，危機情況不會碰巧發生在自己身上，如表3，9位認為澳門發生災害可能性很小的受訪者中，5位不知道住處附近的避難所。

表 3: “住處附近有無避難場所”與“認為生存培訓是否有用”交叉列表

	住處附近有無避難場所			Total
	有	沒有	不清楚	
生存 未回答	0	1	0	1
或危 說不定能用上	3	21	20	44
機應 有用，但現有培訓過於簡	4	19	22	45
對培 單，需改進				
訓是 沒用，澳門發生災害的可能	0	4	5	9
否有 性很小				
用 說不清楚	0	1	1	2
其他	0	2	0	2
Total	7	48	48	103

另外的一種可能就是相關政府部門並沒有對此引起高度的重視，宣傳不得力、教育不得法，以至於民眾無從獲得相關知識，如表4，48位不清楚住處附近是否有避難場所的受訪者中，28位是願意參加危機應對相關課程的。

表 4: “是否願意參加危機應對課程”與“住處附近有無避難場所”交叉列表

	是否願意參加防災減災及危機應對的相關免費課程				Total
	願意	無所謂	不願意	不清楚	
住處附近有 有	5	2	0	0	7
無避難場所 沒有	23	19	2	4	48
不清楚	28	18	2	0	48
Total	56	39	4	4	103

(二) 危機處置的經驗及技巧

受訪者對危機處置的經驗及相關培訓還有待加強。77.7%的受訪者沒有接受過危機應對和生存急救的培訓和演練；66.0%的受訪者沒有參加過現場搶救的經歷。

受訪者對一些常見危機處理措施的掌握還很不夠，53.4%的受訪者不知道有毒氣體洩露時該如何處置；31.1%的受訪者不知道易燃氣體洩露時該如何處置；50.5%的受訪者不知道如何進行人工呼吸；25.2%的受訪者不知道如何進行簡單包紮；43.7%的受訪者表示不知道該如何使用滅火器。

(三) “危機”時最願意帶出的物品

假如突發“危機”事件，35.9%的受訪者首先想到帶走證件，25.2%的受訪者首先想到帶走食物和水，11.7%的受訪者希望首先帶走現金，10.7%的受訪者希望首先帶走手機，沒有受訪者首選帶出藥品和適用衣物；第二件想帶走的東西中，選手機者占20.4%，選證件者占13.6%，選重要信件、契約者占11.7%，選食物和水者占10.7%；選第三件想帶走的東西中，選手機者占18.4%，選現金者占15.5%，選藥品者占12.6%（詳見表5）。

表 5：“危機”情境下受訪者最希望帶出的三件物品

物品	第一件		第二件		第三件		總計	
	頻數	%	頻數	%	頻數	%	頻數	%
現金	12	11.7	10	9.7	16	15.5	38	36.9
首飾	1	1.0	1	1.0			2	1.9
食物和水	26	25.2	11	10.7	7	6.8	44	42.7
證件	37	35.9	14	13.6	7	6.8	58	56.3
存摺	3	2.9	5	4.9	4	3.9	12	11.7
信用卡	4	3.9	7	6.8	4	3.9	15	14.6
手機	11	10.7	21	20.4	19	18.4	51	49.5
電腦	2	1.9	1	1.0	2	1.9	5	4.9
藥品			6	5.8	13	12.6	19	18.4
適用衣物			1	1.0	7	6.8	8	7.8
收音機	1	1.0	2	1.9	7	6.8	10	9.7
手電筒	2	1.9	8	7.8	5	4.9	15	14.6
重要信件、契約	2	1.9	12	11.7	3	2.9	17	16.5
什麼都不帶	2	1.9	4	3.9	1	1.0	7	6.8
其他					4	3.9	4	3.9
不清楚					3	2.9	3	2.9

需要注意的是，總共僅9.7%的受訪者在考慮帶出的前三件物品中包含了收音機，但卻有49.8%的受訪者考慮到要帶走手機，正常環境下，手機接受資訊效率可能會比收音機高，但在重大緊急狀態下，手機這種通訊工具的效率卻因為短時間內用戶量急劇上升而突破承載極限、基站受到損害等原因變得很低，這時通過電臺反而能掌握最新最準確的資訊。危機情境下，僅7.8%的受訪者在考慮帶出的前三件物品中包含了適用衣物，考慮過帶出藥

品者也僅為受訪者總體的18.4%。由此可見，很多受訪者還沒有意識到“正常”狀態與“危機”狀態存在的差異，對突發事件特點的瞭解還很不到位。

(四) 獲取危機相關資訊管道選擇

對於危機情境下的資訊來源，50.5%受訪者選擇電視，23.3%受訪者選擇網路，11.7%受訪者選擇收音機，9.7%受訪者選擇家人朋友，4.9%受訪者選擇報紙。

57.3%的受訪者最信任政府主流媒體，21.4%受訪者最信任港臺媒體，11.7%受訪者最信任國外媒體。

(五) 對危機應對相關課程的態度

43.7%的受訪者認為危機應對相關培訓“有用，但現有培訓簡單，需要改進”；42.7%的受訪者認為“說不定能用上”；8.7%的受訪者認為“沒用，澳門發生災害的可能性很小”。

54.4%的受訪者願意接受免費的危機應對相關課程，3.9%的受訪者不願意參加，3.9%的受訪者不能肯定是否參加；當這些課程不是免費的時，願意參加者比例降至16.5%，而不願意參加者比例升至33.0%。

(六) 應急準備

外出旅行時，52.4%的受訪者一定會購買旅遊保險，39.8%的受訪者偶爾會購買旅遊保險，5.8%的受訪者不會購買旅遊保險，另外1.9%的受訪者未回答此問題。

如果保險公司開發出一些針對特定公共風險（如地震）進行承保的險種，17.5%的受訪者願意購買，76.7%的受訪者“視情況而定”，3.9%的受訪者不會購買，1.9%的受訪者“不清楚”。

在受訪者住處，69.9%準備應急藥品，65.0%知道緊急求助電話，57.3%準備手電筒，34.1%準備滅火器，24.3%儲備水和食物，21.4%準備收音機，10.7%確認到避難所的最佳路線，6.8%安裝煤氣洩漏警報器，1.9%準備防燃被褥、窗簾，3.9%其他對策，1%準備繩索等避難工具，1%加固傢俱，另外1%什麼都不準備，1.9%不清楚。

三、討論及建議

通過資料分析發現，約半數居民沒有考慮過危急情境下該去何處避難，超過六成受訪者不知道住所附近的避難場所。一旦危情出現，這部分人必然會因為毫無準備而不知所措，不僅不能有效保護家人和自己，更可能成為需要救護的對象，從而大大增加救援的壓力；同時，對周圍避難環

境的不熟悉，必然導致這部分人的恐慌，一旦恐慌情緒在民眾中傳播，就極有可能引發社會性的慌亂，那時救援的難度和複雜度都將陡然升高。

危機情境下最迫切需求保存的物品應該是與生存緊密相關的食物及其它求生工具等，但很多受訪者明顯沒有認識到這一點，他們首先想到要保護的是證件、現金等在危機情況下並不能發揮太多作用的物品，這也在一定程度上暴露出了民眾危機應對能力和技巧的不足。

只有不足六成的受訪者在危機時刻最信任政府主流媒體的資訊，這表明目前民眾對政府部門發佈資訊的完整性、及時性以及真實性可能還有所保留。因此，相關部門更應該第一時間真實地向民眾披露各種資訊，提高政府威信，只有這樣，民眾才會在緊急情況真的發生時聽從政府的指引，減小造成混亂的可能性。

雖然大部分受訪者認識到危機應對相關課程的重要性，但同時有超過四成的受訪者認為現有培訓課程與現實有較大差異，需要改進。這就要求相關部門做好危機應對課程的改革工作，使整個教學內容更貼近現實，讓學員可以在學習整個課程後能夠掌握一定的緊急應對技巧，實現緊急情況下的自救及救助他人。

應急準備方面，約九成受訪者未確認住處附近緊急逃生路線，知道緊急情況下求助電話約的受訪者不到七成，超過六成半的受訪者未在住處準備滅火器，可見，民眾在應急準備方面還有很多工作需要做。

綜合以上分析，我們可以發現：

1. 澳門居民的危機意識還比較薄弱。主要表現在缺乏必要的危機識別及應對知識和技巧；缺乏應對危機的實際經驗；對潛在危機比較漠然，應急準備不充分；

2. 澳門現有危機教育體系還不完善，危機宣傳力度也還不夠，政府在危機管理方面的威信還有待加強。主要表現在危機應對相關演習不夠；危機應對相關培訓課程內容過於簡單，與實際操作脫節；接受危機處置相關培訓的民眾比例不高，近四成受訪者未將政府媒體作為首選資訊來源等。雖然消防局有定期的火警演習，紅十字會也開設了多期的急救課程等，但這些現有的危機教育模式及內容明顯已經不能滿足社會發展的需要了。

針對以上研究發現，本研究提出以下建議：

1. 通過各種手段，增強公眾應對危機的緊迫感和自覺性。危機教育不但要體現在政府的宣傳中、輿論的導向中和學校的教育中，而且要滲透到企業、社團、街區和家庭等各個角落。在澳門，沒有政黨，但卻有大大小

小上千個社團，因此社團活動十分豐富，未來的危機教育可借助各類社團活動的機會展開，如此不但能寓教於樂，更可以擴大輻射範圍，使更多人瞭解身邊可能存在的風險，只有從思想上重視起來，民眾才會自覺地投入到危機應對相關知識和技巧的學習中去。

2. 在政府公關方面，政府相關部門應做好危機溝通工作，及時準確地將掌握危機資訊向民眾公佈，如此才能獲得普通民眾對政府的信任與支持。

3. 充實危機教育內容，豐富教育手段及教育方式，使之更符合社會發展規律。

危機教育不僅要包含理論知識，以提高公眾對於危機和災難的辨識能力，掌握有關的自救和互救知識，還要有計劃地增加應急救災模擬訓練和救災演習工作，通過情境訓練，進一步強化公眾的危機防範意識和應急技能。

4. 將危機教育納入公共危機應急管理體系，由專門的部門進行統一策劃、統一管理、協調實施並持續改進。

目前澳門的危機教育分別由教育局、消防局、衛生局和紅十字會等機構承擔，由於相關機構較多，在危機宣傳、危機課程設置等多方面難免出現重複投入、管理混亂等缺陷，由一專職部門進行統籌，可以更有效地利用社會資源，並將危機教育作為一項長期的工程進行持續地改進，以更好地展開危機教育。

Abstract : Sense of crisis and Crisis Education are becoming more and more necessary and significant in Public Crisis Management. Because of the high-risk nature of the modern world, there is no social organization can separate from vital emergency situations, and there is no way to control or prevent potential crisis completely. However, this kind of risk can be reduced effectively by Crisis Education which can enhance people' s sense of crisis. This study found that the sense of crisis of Macau citizen is totally weak, then gave some suggestions to improve the Crisis Education System, including set Crisis Education as a subsystem of Public Crisis Management System creatively, etc.

Key Words : Sense of Crisis Crisis Education Crisis Management Macau

澳門國際貿易投資博覽會的營銷策略分析

徐勁飛¹

前 言

在澳門特別行政區 2010 財政年度施政報告中，崔世安指出特區政府將成立專門的文化產業委員會，並在文化局增設部門協調文化創意產業的發展；同時成立會展業發展委員會，推進澳門會展業的專業化和國際化，加快業界的發展成長。²

已經成功舉辦十四屆的澳門國際貿易投資博覽會（Macao International Trade and Investment Fair，以下簡稱“MIF”）目前已經成為澳門會展業的一面旗幟。以泛珠三角粵港澳經濟合作框架為基礎，澳門正在加快產業升級以及經濟結構多元化的步伐，這為我們如何進一步把 MIF 為代表的澳門會展業做大做強提出了亟待解決的課題。本文試圖在會展營銷的理論框架下以 SWOT 分析方法為 MIF 進行更為準確的目標市場定位和會展產品定位，同時為 MIF 度身訂造一攬子具有高度執行力的會展營銷策略。

一、MIF 的 SWOT 分析

（一）優勢

硬件方面，作為歷屆 MIF 的主辦場館，威尼斯人會議展覽中心占地 11 萬平方米，其中地面樓層以及上層分別設有各一個大型展覽廳，兩個展覽廳均可間成三個獨立展覽廳。靈活的會議及展覽設施充分配合不同規模活動的需要，確保澳門成為各大小企業舉行各種會議及展覽活動的最佳選擇。由於澳門威尼斯人集娛樂、表演、商場、酒店、消閑等元素於一身，對會議中心的客源有一定的保證。

軟件方面的優勢主要體現在特區政府對於澳門會展業的政策支持。2002 年澳門特區政府施政報告首次提出，以博彩業為龍頭，旅遊業和會展業協

¹ 徐勁飛，碩士，澳門新視角學會會員，澳門科技大學行政與管理學院講師。

² 2010 財政年度澳門特別行政區行政長官施政報告，見澳門特區政府入口網站 <http://www2.gcs.gov.mo/policy/down.php?lang=cn>

調發展，以積極推動加強澳門整體的經濟活動。¹於此同時 2002 年特區政府適度放開賭權，經公開競投，澳門博彩股份有限公司（前澳門博彩娛樂場有限公司）、威尼斯人、銀河娛樂場、永利渡假村等多家公司獲得博彩業經營權。而澳門有別於其它主要的會展城市的原因，在於澳門的博彩業是主要的經濟增長動力，因此它的“專有等級”被認為是與拉斯維加斯和大西洋城同一等級。²

2009 年 12 月澳門旅游局發布一攬子“支持澳門旅遊業界方案”，其中包括“激勵商務旅遊市場發展計劃”，對在澳門舉辦的大型會議及展覽活動提供包括酒店住宿費用、場地租金、開/閉幕式典禮、輔助硬件設施等一攬子的資金補助，為澳門會展業及 MIF 的進一步發展打下了堅實的基礎。³

（二）劣勢

儘管擁有諸如威尼斯人會議展覽中心這樣的綜合大型會展場地，但發展的空間稍顯不足，不足以滿足客戶不斷擴大的局面。早在 2006 年澳門統計局作出的《澳門旅客承載量之評估報告》顯示，截止 2006 年底，澳門有四個專業的大型會議展覽舉辦場地和十八家設有綜合性會議設施的三星級以上的酒店，報告進一步認為，除非擴大酒店客房，否則預計澳門旅客的可承載量將在三至四年內飽和。在這個過渡期，雖有多間新酒店投入營業，但旺季供應十分緊張，房價的升幅令人關注。⁴

MIF 的客源過於單一是另外一大劣勢。首先在於澳門旅遊客源單一，2009 年全年超過 90% 的遊客來自大中華地區（中國內地、香港、臺灣）；其次由於位於澳門老城區的旅遊景點普遍比較狹小且缺乏系統組織，而位於氹仔和路環的旅遊景點開發及宣傳力度有待提高，無法為遊客提供有效的多樣化旅遊產品；最後，在以博彩業為主導的產業結構基礎上形成的“賭城”城市形象進一步壓縮了來澳旅客在澳門逗留時間，2009 年來澳遊客在澳總消費超過 166 億美元，但總消費中的 88.4% 超過 146 億美元來自博彩消費，比 2008 年增加 9.6%，而住宿及其他消費只有 19 億美元，比 2008 年下

¹ 楊允中主編：《何厚鏞：行政長官施政報告匯編（2000-2009）》，澳門理工學院一國兩制研究中心，2009 年

² 梁文慧：《澳門作為會議觀光城市的現狀和前景》，載於《旅遊科學》，2006 年第 6 期

³ 澳門旅游局：“支持澳門旅遊業界方案”之“激勵商務旅遊市場發展計劃”

http://industry.macautourism.gov.mo/cn/page/content.php?page_id=179

⁴ 澳門統計局：《澳門旅客承載量之評估報告》，2006 年

降 10.9%，同時來澳旅客在澳門逗留平均天數僅為 1.5 天。¹

(三) 機會

持之以恆的本土會展人才培養計劃為澳門會展業及 MIF 的新發展提供了堅實的基礎。澳門特區政府自其會展業起步的 2001 年始，就一直致力於會展人才的培養。迄今為止，澳門接受過不同程度培訓的會展人員已超過 3000 人。澳門會展覽業協會理事長何海明表示，2009 年澳門會展業的直接收入將接近五億澳門元。經過未來三年快速培植期後，第二階段澳門會展業更將有 20% 的高速增長，澳門會展業的發展將成為澳門經濟適度多元化的助推器。會展業是澳門特區政府積極推進經濟適度多元化的重點。近年來，特區政府積極培育本地會展品牌，澳門作為內地與葡語國家經貿合作及世界華商聯系的服務平臺，轉口貿易、航空、物流、金融、管理諮詢等眾多行業的發展潛力將愈來愈大，這些產業會為會展業提供重要的推動力。²

而橫琴的開發為澳門會展業及 MIF 的新發展注入了一針強心劑。繼《珠江三角洲地區改革發展規劃綱要（2008-2020 年）》出臺之後，2009 年 8 月 14 日國務院正式批准通過《橫琴總體發展規劃》，明確把橫琴建設成為“一國兩制”體制下，帶動珠三角服務粵港澳合作新模式的示範區、深化改革開放和科技創新的先行區、促進珠江口西岸地區產業升級的新平臺的“兩區一平臺”³。

根據《橫琴總體發展規劃》，澳門政府希望通過 10-15 年的努力，和珠海市一道把橫琴建設成為聯通港澳、區域共建的“開放島”，經濟繁榮、宜居宜業的“活力島”，知識密集、資訊發達的“智慧島”，資源節約、環境友好的“生態島”；到 2020 年，橫琴總人口將會達到 28 萬人，人均 GDP 增至 20 萬元。⁴而對於澳門會展業及 MIF 發展更為直接的推動作用，體現在崔世安在澳門特區 2010 財政年度施政報告中及在立法會就施政報告進行回答時表示，“文化創意產業和會議展覽是粵澳及珠澳合作一個重要方面”，並希望在粵澳合作框架協議的基礎上，在廣東省的帶領下在橫琴

¹ 澳門旅游局：“統計及研究報告”之“2009 年主要綜合指標”

http://industry.macautourism.gov.mo/cn/page/content.php?page_id=12

² 人民網：《澳門回歸十周年：經濟適度多元化任重而道遠》

<http://hm.people.com.cn/BIG5/42273/10569642.html>

³ 人民網：《橫空出世 琴鳴四方——橫琴新區規劃藍圖解讀》

<http://invest.people.com.cn/BIG5/76756/184925/184929/11214254.html>

⁴ 同上。

進行會展相關產業的合作。¹

(四) 威脅

MIF 作為澳門會展業的一面旗幟，受到同屬於大珠三角地區的廣州會展業、深圳會展業及香港會展業強有力的沖擊。以創辦自 1957 年的中國進出口商品交易會即“廣交會”為例，每年春秋兩季在目前目前亞洲最大、世界第二大占地面積達 70 萬平方米的廣州國際會議中心舉行，至今已成功主辦一百零六屆，已成為中國目前歷史最長、層次最高、規模最大、商品種類最全、到會客商最多、成交效果最好的綜合性國際貿易盛會。以 2009 年秋交會為例，包括 21,934 家出口參展商、386 家進口參展商和其他 18 萬家到會境外採購商在內的與會方，在 5 天的會期及會後累計達成總額 304.7 億美元的貿易合作項目。同時廣交會還設有“參展易捷通網上服務平台”、“採購商電子服務平台”等網上交易服務平台，進一步拓展“廣交會”的會展服務方式。²

而香港的會展業同樣擁有亞洲地區頂尖的硬件設施和完善的服務環境。香港是國際公認的自由港，已連續六年被評為“全球最自由經濟體系”。大部分產品進口不需要付關稅又沒有增值稅。無論在貨品清關，稅務處理等各方面的手續，都非常簡單便捷，令全球供貨商到香港展示各類產品時感到特別方便。香港和全世界 160 多個國家和地區有免簽證協議，商旅出入境同樣方便又快速。

而作為一個系統工程，目前香港已經建成了一個較為完善的支持會展業發展的服務系統，為參展商和客商從入港到住宿，再到各參展點，提供了優質的酒店服務、餐飲服務及交通服務。香港會展中心已經經過兩期擴建，總面積達到 24 萬 8 千平方米，目前正在進行第三期擴建工程。2006 年度香港會展中心就舉辦了 110 個大型展覽，其中展覽面積逾 1,819 平方米的大型展覽會 92 個；商貿展覽 65 個，7 個為亞洲最大展覽會；吸引參展企業 62,000 家，有超過 520 萬家全球採購商參加；香港全年展覽攤位租金收入 26 億港元；2006 年直接會展經濟收入 132 億港元，為香港政府創造稅收 9.7 億港元；迄今，已確認為 UFI(國際展覽聯盟)會員的香港會展組織機構有 14 家，獲 UFI 認證的展覽會有 22 個。³

¹ 泛珠三角合作信息網：《崔世安：希望在橫琴進行文化創意產業及會展合作》
http://www.pprd.org.cn/92/macao/201003/t20100318_83134.htm

² 中國進出口商品交易會（廣交會）官方網站。<http://www.cantonfair.org.cn/en/index.asp>

³ 中新網：《澳門會展旅遊業“風生水起”香港業者感壓力》
<http://www.cns.hk:89/ga/mptx/news/2007/11-12/1075209.shtml>

綜上，MIF 必須明確自身的優勢與不足之處，進一步加強會展營銷的目標市場定位及會展產品定位。

二、建議 MIF 採取的營銷策略

（一）MIF 大眾顧客目標市場定位

MIF 的大眾顧客以 20 歲到 40 歲的人群為主，同時他們大部分來自澳門本地和中國大陸的廣東省，一小部分來自香港，並且這部分人群基本上受到過高等教育，基本上都是大學本科畢業或以上。

這部分人對於 MIF 的工作人員的態度評價普遍比較高，對於展會結束後是否能買到自己想要的東西或者獲取適當的資訊看法並不太多。一般都是表示出參與的態度，對會展的品質並不是十分在意。而免費的門票成為吸引這部分人群的很重要的因素。在問卷中筆者還發現，這部分人群對於展臺的節目和促銷活動觀察比較仔細，也願意進行配合。

（二）MIF 參展商目標市場定位

對於 MIF 的參展商來說，其公司基本上在珠三角附近，和 MIF 的大眾顧客一樣大部分來自廣東省，不同的是澳門本土的企業較少。這部分企業以製造業和服務業為主。

和 MIF 的大眾顧客相比，參展商參加 MIF 的目的比較明確，大部分都是為了推銷自己的產品，推廣自己的品牌。並且也有很大一部分參展商為了尋求一個合適的合作夥伴。觀察和吸收新的商業資訊變成了這些企業的一個基本任務，基本上每個企業的參展商都會學習到一些新的商業訊息。而很大一部分的參展商是通過 MIF 主辦方的邀請函得知可以去參展的消息。而且基本上都認同 MIF 的戶外廣告在營銷上發揮了很大的作用。

（三）MIF 會展產品

會展產品可以按四個維度進行分析，分別是會展性質，會展的設計和形成，會展的吸引力要素和會展的營銷對象。¹ 會議產品可以被看作是從主辦方確立主題、目標開始，同時與承辦者、PCO（專業會議組織者）以及其他組織的策劃和服務的協同，最後形成的包括舉辦地、會議場地、會議議程以及各種會議服務在內的要素綜合，從產品核心價值的角度來說它出售的實際是一種體驗型產品。

¹ 胡平主編：《會展營銷》，復旦大學出版社，2005 年

會展產品的硬件部分，即展覽中心是展覽會的一個空間載體，也是影響參展商參展意願的一個重要條件。展覽中心產品是指展覽中心提供的展覽場地及舉辦展覽會所需的一切設施設備和服務，它包括硬件部分，即包括展覽中心位置、內部合理布局及配套設備等，而軟件部分即是相應的會展服務。

會展產品的軟件部分，首先體現在會展的組織結構。歷屆 MIF 是由澳門貿易投資促進局主辦，澳門中華總商會、澳門廠商聯合會、澳門出進口商會、澳門毛織毛紡廠商會、澳門付貨人協會、澳門銀行公會、澳門建築置業商會、澳門中小企業協進會、澳門中國企業協會、重慶市對外貿易經濟委員會、香港中華廠商聯合會協辦，澳門會議展覽業協會、澳門展貿協會和澳門廣告商會承辦。由於都屬於自身的專業，所以他們都能很好的在自己的職能領域行使好自己的功能。他們的服務職責大多數都是在協調會場外的事物。在會場內部，作為澳門威尼斯人會展部門的人員的服務意識就顯得尤為重要。

會展產品軟件部分還體現在會展的主題/議程的安排、舉辦地、參加人員、人際交流氛圍和創新活動的策劃。展會的主題要鮮明、獨特、富有吸引力。一個良好的商貿展覽會必定是主辦單位設有市場價值的主題和提供優質的服務，參展商和貿易觀眾都能認同主辦方的理念，並能達到各自宣傳和貿易的目的。¹比如針對後國際金融危機的澳門及大中華地區相對嚴峻的經濟局勢，2009 年第十四屆 MIF 的主題定為“拓多元發展空間”以及“大力扶持中小企業的發展與交流”，旨在促進與會各方加強合作，實現優勢互補，協同發展，共同抵禦金融海嘯。同時，進一步展現和發揮澳門作為中國與葡語國家經貿合作服務平臺、與歐盟特殊的經貿關係、獨立關稅區、自由港等功能和作用，為蒞澳與會及參展的機構、團體、企業之間的合作牽綫搭台，受到各界的好評。²

如前文所述，會展業涉及利益主體很多，針對不同的營銷對象的營銷重點也有所不同。不同的營銷對象的營銷差異分析如下：

¹ 陳青：《從 MIF 的演變看澳門會展業的發展》，中國評論月刊，2006 年 12 月號總第 108 期

² 同上。

營銷對象	營銷目的	主要營銷內容	營銷重點
與會者	吸引參會	舉辦地，人際關係， 旅遊	學習和體驗
贊助商	獲得贊助	形象效應和新聞效應	回報方案
政府協會及公眾	求得支持和幫助	會議對舉辦地的經 濟、社會效應	效應
媒體	擴大影響，幫助宣傳	效應，新聞價值	新聞價值
嘉賓	吸引參會	服務、旅遊	服務、安全、報酬

(四) MIF 定價策略

給展會的展位銷售定一個適當的價格，不僅可以提高展會的市場競爭力，還可以減少參展商的成本，使展會與參展商實現合作雙贏，對展會長遠發展十分有利。

傳統以來，MIF 由於由特區政府相關機構主辦，在定價的時候無須太考慮利潤因素。但 2010 年 4 月，特首崔世安在立法會就 2010 財政年度施政報告答復議員時表示特區將“加大力度，助會展業邁向自負盈虧的商業運作，業者可成為真正的會議展覽組織者”。¹ MIF 作為澳門最大的一個國際性展會，同時又是全球展覽協會（UFI）會員，在定價時就必須充分考慮到自身條件，即在該行業的影響力，包括辦展機構的企業形象，品牌，辦展資歷和資金實力等。²當辦展機構在此行業中占領導地位時，其制定價格時就擁有較大的自由度和決定空間，相反，如果辦展機構才剛剛進入此行業，那在制定價格時就必須小心跟隨行業領導者的價格以贏得生存空間。

MIF 的定價主要依據條件是競爭導向的滲透定價方法，澳門毗鄰香港這個極具國際影響力的商業中心，MIF 的最主要目的是推動澳門本地企業產品、推廣投資環境及強化澳門的橋樑角色。方便為客商創造良好交易環境，同時也是將海外企業資本及技術引進澳門與內地之視窗。與香港相比，在澳門舉行展覽的成本約為在香港的七成，並且，澳門作為一個國際性旅遊城市，在舉辦展覽的同時可以為各參展商提供更為優質舒適的配套服務，因此其價格上的優勢更加明顯。

以 2009 年第十四屆 MIF 為例，展覽光地收費為每平方米(M²) 1,000 澳門幣或 130 美元，最低租用面積 18 平方米，國際標準展位為每個 15,000 澳

¹ 澳門日報電子版，見 http://www.macaodaily.com/html/2010-03/18/content_439713.htm

² 胡平主編：《會展營銷》，復旦大學出版社，2005 年

門幣或 2,000 美元，面積為 9 平方米。¹其中，租用展覽光地參加展覽的參展商如果曾參加過第十二屆或第十三屆 MIF 或澳門國際環保合作發展論壇及展覽(MIECF)的參展商可獲 10%折扣優惠，於 2009 年 7 月 30 日前報名可獲 10%折扣優惠，並且參展商須自費安排搭建展位 展覽區不允許現場銷售商品。參展商權益包括：免費登錄展會場刊，參與展會開設的商業配對服務，申請舉辦推介會 / 研討會。

同時 MIF 突出對澳門本地中小企業發展的大力扶持，在定價上給予大量折扣與折讓，為它們提供了良好的展示平台，其主要優惠措施一是參展優惠，如原價澳門幣 9,000 元的參展費用獲大會資助 6 成費用後，參展費用為澳門幣 3,600 元/9 平方米；於 8 月 10 日前報名可獲 10%折扣優惠；曾參加過第十二屆、第十三屆 MIF、澳門國際環保合作發展論壇及展覽(MIECF)或 2009 粵澳名優商品展銷會或澳門特許經營洽談會的參展商可獲 10%折扣優惠。二是客商酒店住宿優惠，如每位參展商可邀請一位合資格的非本澳專業客商參會，並獲提供免費大會酒店 1 間 2 晚等措施。²

三、展望

2010 年 4 月 8 日至 10 日，澳門會展業的另一拳頭產品——第三屆“澳門國際環保合作發展論壇及展覽”（Macao International Environmental Co-operation Forum,即 MIECF）順利召開。本屆 MIECF 以“綠色通道：綠色知識、綠色科技、綠色融資”為主題，主要透過展覽及“低碳建築及生態都市論壇”和“清潔科技及循環經濟論壇”兩項論壇活動，輔以綠色商機合作日、商業配對、技術參觀及多元化的交流活動，宣揚綠色精神，促進本地與國際間的合作。³這無論從會展主題設計、會展議程制定到會展佈展技術/材料應用等領域全方位地為 MIF 提供一條“綠色會展、環保會展”的理念創新和技術創新之路，相信我們將以此為契機，實現 MIF 以及澳門會展業在 21 世紀的產業升級和跨越性發展。

¹ 第十四屆 MIF 官方網站。 <http://www.mif.com.mo/mif2009/tc/main.php>

² 同上。

³ 2010MIECF Official Website. <http://www.macaomiecf.com/miecf2010/intro.html>

淺談北京藝術區開發模式及對澳門藝術區開發之思考

陳子夏¹

文化產業近年來在中國得到了高度的重視和發展，中央及各地政府均出臺多項政策對其進行扶持和促進。集聚和發展文化產業無疑成為了各城市尋求產業多元，提高經濟效益的重要手段，更使得房地產開發商對其趨之若鶩。筆者最近參與考察北京文化創意產業，總結目前北京市文化藝術區的幾種開發模式，並藉此引申對澳門藝術區開發的思考。

一、因地制宜的自發集聚式

這種所謂因地制宜的自發式的藝術區，主要是由於某一地區內有特定的對藝術創作活動具有吸引力因素，如較便宜的租金、相對安靜及自由的環境等，以致藝術創作活動逐漸自

發地集聚而形成。國外較典型的“原生態藝術社區”為美國紐約 Soho 区和英國倫敦東區，主要為以個人創作設計為主的文化藝術設計類創意產業。而中國內地最初的也最為典型的文化集聚區為北京的 798 藝術區。

“798 藝術區”前身是前民主德國援助建設的“北京華北無線電聯合器材廠”，即 718 聯合廠廠區。1964 年 718 聯合廠建制被撤，成立了 798 廠等六個廠區。2000 年，六家單位整合重組為北京七星華電科技集團有限責任公司。為了配合大山子地區的規劃改造，七星集團將部分產業遷出，為了有效利用產業遷出空餘的廠房，七星集團將這部分閒置的廠房進行出租。自 2002 年開始，大量藝術家工作室和當代藝術機構開始進駐，他們利用較便宜的成本，自發地租用和改造閒置廠房，逐漸發展成為藝術家畫廊、藝術中心、工作室、時尚店鋪等各種文化產業形式的聚集區。藝術區內部分舊

圖 1：798 包豪斯建築



¹ 陳子夏，碩士，澳門新視角學會會員，中國城市規劃工程師

建築採取典型的包豪斯風格¹，在亞洲較為罕見，這種空間高大、採光充足的建築對各類藝術活動提供了一定的空間基礎。而舊式工業廠房的重新定義、設計、改造，使得工業設計、當代文化、藝術創作等實現有機結合。各地藝術家也可以在此實現共同創作、交流，為社會帶來了全新的藝術生活方式的概念，如“Loft 生活方式”²。798 逐漸演變成具有國際吸引力和影響力的藝術區，成為北京旅遊、藝術、文化的新地標，並帶動了周邊地區土地價值、商業價值的上升。

目前，北京 798 藝術區已被北京市政府列為首批 10 個文化創意產業集聚區之一，並被朝陽區政府列入朝陽區首批文化創意產業集聚區。2006 年北京朝陽區政府和七星集團共同成立了北京市 798 藝術區建設管理辦公室，為藝術區的日常管理及運行提供協助工作。可以說，798 已經逐漸由自發集聚式，轉變為由政府、企業、藝術家共同合作運營的藝術區。

二、房地產商自主開發模式

目前國內住宅和商業開發的同質化現象較為嚴重，各開發商均希望通過新穎的、具備商業潛力的模式建立市場口碑。而房地產業與文化創意產業的有機結合則為開發商們提供了這一途徑，這種全新的思維模式也為城市建設發展帶來了層次上的飛躍。

簡單而言，結合了文化創意產業的房地產是“房地產開發+藝術產業營運”的模式，是一種較為新型的商業地產運作模式。目前有不少開發商多以文化藝術為“噱頭”，將文化、藝術、創意設計等概念用於產品營銷包裝，而並非實質性的引入文化產業進行開發。但本次在北京所參觀的，由北京市今典集團進行開發的“蘋果社區——北京二十二院街藝術區”是一個引入文化藝術產業營運較為成功的案例。

該地產運作模式為引入文化藝術、創意產業（如藝術創作、文化時尚、前沿體驗、娛樂消費、時尚消費等），結合商業活動，開發藝術空間、商業

¹ 包豪斯，德語 Bauhaus 的譯音，由德語 bau(建造)和 Haus(房屋)兩詞合成。1919 年，德國包豪斯設計學院成立。該學院在 1920 年代形成了現代建築中的一個重要派別——現代主義建築。包豪斯主張適應現代大工業生產和生活需要，講求建築功能、技術和經濟效益。其本義是造平民化的房子。

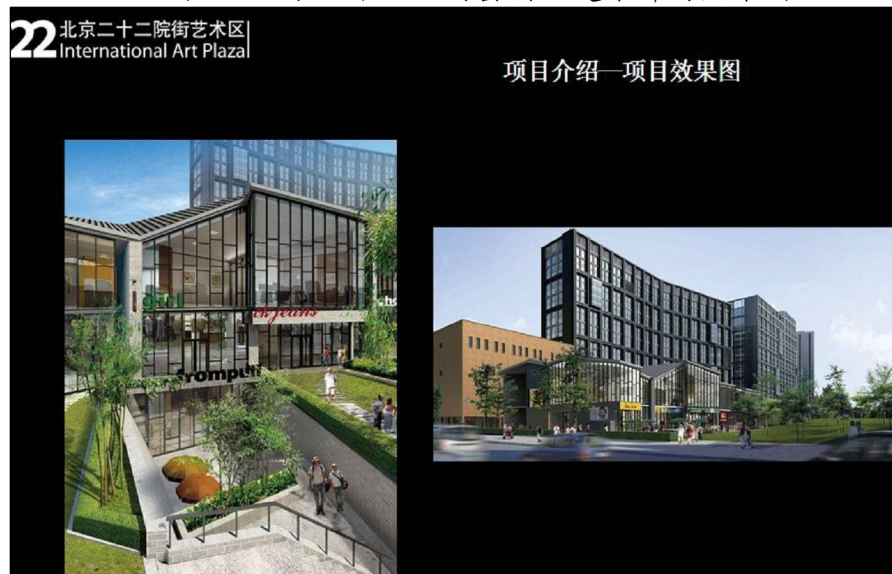
² 這個含義誕生於紐約 SOHO 區，LOFT 在牛津詞典上的解釋是“在屋頂之下、存放東西的閣樓”。但現在所謂 LOFT 所指稱的是那些“由舊工廠或舊倉庫改造而成的，少有內牆隔斷的高挑開敞空間”。LOFT 象徵先鋒藝術和藝術家的生活和創作，對現代城市有關工作、居住分區的概念提出挑戰，工作和居住不必分離，可以發生在同一個大空間中，廠房和住宅之間出現部分重疊。

空間及高尚住宅，形成綜合性較強、檔次較高的藝術居住社區。該模式與目前業界所推崇的文化創意產業的概念和特徵非常一致。

北京二十二院街藝術區是該社區的重要組成部分，坐落於北京 CBD 商業圈內，目的是打造成北京乃至中國最具規模的藝術品、奢侈品展示交易中心。其建築佈局以商業街為主，結合庭園、下沉式小院的格局，創造了較為獨特的商業空間。

該藝術區業態種類主要包括藝術、時尚和文化。藝術類包括藝術畫廊、私人博物館、拍賣展廳、藝術家工作室及機構等；時尚類包括奢侈品展廳、酒吧咖啡、俱樂部、造型工作室、影院、會所等；文化類包括傳媒機構、攝影棚、書店、服裝訂購、創意辦公室等。目前，二十二院街藝術區作為整體性較強的地產開發模式已經初步顯示其規模及效益，由 2009 年建設之今，已有各種類型的知名文化機構、畫廊、咖啡廳、餐廳等陸續進駐。由今典集團所投資建設的，作為中國第一家非企業公益性的“今日美術館”就座落在二十二院街藝術區內。

圖 2：北京二十二院街藝術區建築佈局效果圖



在房地產開發上，藝術區配套了高層的酒店式公寓，而在藝術區背後的地塊，開發商建造了大型的居住住宅區“蘋果社區”，自 08 年開始銷售情況十分理想，目前二手樓盤價格也處於北京樓價中上水平。可以說，今典集團所開發的“蘋果社區——北京二十二院街藝術區”，提高了周邊區域的土地價值，帶來了較大的社會效益和商業效益，從城市建設、項目運作、企業經營角度來看，無疑是一個成功的案例。

三、政府規劃主導模式

隨著文化創意產業的快速發展，政府逐漸由協助的角色轉變為主導者，介入文化創意產業園區或藝術區的開發建設。北京市在“十一五規劃”¹中把文化創意產業確定為北京市十一五期間重點發展產業。2006年，北京市成立了北京市文化創意產業領導小組，常設機構為北京市文化創意產業促進中心。

據悉，北京市對文化創意產業進行了較廣泛的研究，不僅對文化創意產業行業制定了分類標準，還設立了一系列的促進優惠政策如每年5億的專項資金、貸款貼息、稅收減免等。在2006年編制的〈北京市文化創意產業發展總體規劃〉中，北京市在產業研究的基礎上，針對不同類型文化創意產業，如文藝演出、廣告和會展、古玩和藝術品交易、設計創意、文化旅遊、文化體育休閒等制定了發展目標及進行了產業空間佈局。同時，提出了規劃和建設一批市級文化創意產業集聚區的任務，較典型的包括中關村創意產業先導基地、北京DRC工業設計創意產業基地、北京潘家園古玩藝術品交易園區等。政府主導規劃的藝術區或創意產業園區由政府投入建設並監管運作，將會耗費較多財政及監督成本。

四、對澳門文化藝術區開發建設的思考

（一）藝術區的打造符合澳門產業及社會發展要求

藝術之商業化，文化之商業化，的確是符合社會發展趨勢。文化結合創作、娛樂、休閒服務等創意產業正在逐步擴大，所帶來的經濟效益是巨大的，也是澳門產業多元化的一個突破口。今年特區政府施政報告也重點提出了需促進發展文化創意產業的要求。

澳門的文化創意產業發展應尋求立體性、多元性的路徑，然而，產業的發展最終必須依賴一定的空間和平台，即產業佈局。因此，開發或打造文化藝術區，為藝術群體創作提供良好環境，推動文化產業的發展，提供文化產品的交流及貿易的平台，是符合澳門產業及社會發展要求的。

（二）望德堂區的發展應依賴多方合作管理及運作的模式

事實上，北京乃至中國內地其他城市，均有不少自發形成的藝術區後而轉為由政府或企業進行管理或運作的模式，這種由多方合作管理及運作的模式較為適用於澳門，比如目前政府有意推動的集合中葡文化元素望德堂區，目前已集聚了一定的文化藝術資源，若能得到政府、社會團體等有

¹ 《北京市國民經濟和社會發展十一五規劃》

力支持，並針對性地對其區域定位、空間規劃、產業內容等進行科學的策劃，在營運上充分協調各方職能，極有成功打造為澳門文化創意產業發展的重要空間及平台。

（三）建議政府開展文化創意產業研究、評估及空間規劃

除了望得堂區外，澳門是否仍有其他潛力空間？或者可以尋求與周邊地區的合作？筆者認為，澳門政府的力量對促進文化創意產業的發展及藝術區的開發十分重要。建議政府儘快促進有關機構或社團，對澳門文化創意產業進行系統性較強的研究、評估及空間規劃。其內容可包括對澳門各類型文化及藝術資源的總結分類、可吸納的各類型文化產業業態的優劣勢評估、文化創意產業空間（可簡稱為藝術區）開發模式研究、產業佈局及重點發展地區、優惠政策之研究等。

（四）藝術區的開發應避免單一的價值取向，社會各界應共同參與

在藝術區的開發中，應避免只反映政府或商人單一的、局限的價值取向。目前若希望把澳門較分散的文化資源、藝術形式引導其集中及統一營運並產生產業效益，難免進入由政府或房地產開發商的導向的路徑，往往較容易陷入短期經濟效益目標，如藉藝術區開發建設提高開發區及周邊房地產的價值，這只會帶來原社區或周邊地區原汁原味之生活文化的衰敗及居民生活品質的降低。同時，藝術區若產生地產附加值之後，最直接的後果便是租金的不斷上漲，各機構、畫廊、商舖等流動性增加，藝術區的良性發展也難以持久。

因此，在開發藝術區時，需要進行細緻的研究及規劃，應多加聽取專業人士、有關民間團體及市民的建議，儘量減少錯誤政策的產生。在開發模式上，無論是由何方主導，都免不了引入政府的參與，而市場和政府的合作驅動，才能有效促進文化創意產業的良性發展。如何實現政府行政管理、市場化運營及藝術家自我價值實現的整合協調，打造既能實現藝術價值、又能產生產業效益及社會效益的藝術區，將是值得思考的重要問題。

試論全球化背景下澳門國際法教育的現狀與未來

吳燕妮¹

摘要：近年來，全球化浪潮給國際法帶來巨大的衝擊，世界政治、經濟、文化的一系列新問題，要求國際法律制度作出回應、予以調整和解決。因此，在新的環境下國際法將對國際社會造成何種影響，國際法在全球化時代又將如何繼續發揮有效的作用，都成為國際法面臨的新挑戰，而全球化資源和思想的滲透也會影響到國際法學在傳統法律教育中的地位和作用。在本文中，筆者擬從全球化環境下國際法學教育面臨的挑戰入手，分析澳門特區國際法學教育的現狀和特色，進而針對現存問題提出改革建議，最後預測澳門國際法教育的未來走向。

一、全球化對國際法教育提出的挑戰

全球化對當代國際社會具有重大影響已是不爭之事實。尤其是 20 世紀 90 年代以來，隨著兩極對峙的冷戰時代的結束，全球化浪潮洶湧而至，人類真正進入了全球共存與競爭的全球化時代，由此而出現了經濟全球化、政治全球化、生態全球化、法律全球化等諸多全球化現象。全球化也不可避免地給國際法帶來衝擊。

其中一個不容忽視的問題就是全球化對國際法教育提出的挑戰。2004 年 4 月，國際法學會 (International Law Association, ILA)² 與美國國際法學會 (American Society of International Law, ASIL) 聯合召開了關於國際法教育的研討會，與會的國際法學者最後發布了關於國際法教育的研究報告。³ 報告提出了國際法教育遇到的三項強大挑戰，包括“布希主義”對國際法教育的衝擊、全球化對國際法教育的衝擊、職業化對國際法教育的衝擊。針對全球化對國際法教育的衝擊，報告指出全球化是當今時代的主要特徵之一，也是一個多維度的過程，包括社會、政治、經濟、文化、軍事等諸多領域的變革。無可否認，全球化導致國際法規則體系日益擴大、龐雜，這業已極大的影響了國際法教育。例如，如何在有限的時間內選擇教學內容，

¹ 吳燕妮，澳門大學法學院國際公法方向博士研究生。

² ILA 成立於 1873 年，在全球有會員 3700 名。其目標是研究、闡明以及發展國際法，促進對國際法的理解及尊重。

³ 國際法協會國際法教育委員會，關於國際法教育的研究報告，available at <http://www.ila-hq.org/2007-01-01>.

尤其是由於近年來國際法規則的細分化和技術化，以及教學內容的急劇膨脹，使得國際法總論的內容往往被忽視。而這樣的碎片化 (fragmentation) 不僅是國際法的尷尬，也恰恰是國際法教育面臨的重大問題。¹再如，國際法教材出版相對滯後，導致國際法教學很難及時的跟進新發展。由於情勢變化太大，很多國際法資料過於陳舊，降低了學生的興趣。²再如，由於國際法，尤其是公法理論與國內法不同，其主要調整國際法主體，特別是國與國之間、國際組織之間的關係，所以法學院在國際法領域中為學生提供職業化教育的難度較大。而許多學生之所以對國際法興趣不夠，是因為這個領域可提供的就業機會不多，也面臨著來自其他課程強大的競爭，學生更加熱衷那些與其法律職業更加聯繫密切的課程。³

二、澳門國際法學教育的優勢與缺失

澳門專門的法學教育是近一二十年才剛剛興起的，國際法教育更是新生事物。因此，與全球化趨勢下世界各地普遍存在的國際法學教育問題相比，澳門也有很多自身必須要面對和解決的挑戰。

首先，澳門的國際法學職業教育起步很晚。與英國對香港的管制政策不同，葡萄牙對澳門一直是將其作為聯繫東西方的一個貿易和交通樞紐而進行治理的，而並不注重其綜合發展。體現在學術領域，國際法理論的引進以及研究在過去很長一段時間幾乎是空白的。澳門的國際法學在教育實踐中並沒有得到足夠重視，其在教育資源的配置上也並沒有形成完整的體系。國際法的碩士和博士課程也僅僅是最近幾年才逐漸開設的。

其次，國際法學碩士教育初具規模。例如，主要側重國際私法以及國際貿易、投資法律的國際商法碩士課程為本土培養了一些能夠實際參與商事法律活動的人才。尤其值得注意的是，由於歷史原因，澳門與歐洲大陸一直有著非常緊密的聯繫；澳門回歸以後，這種密切性更是朝著體系化的方向發展。而讓·莫內 (Jean Monnet) 英文法學碩士項目更是與歐洲國際法學教育進行密切合作的典範。該專案是歐盟與澳門國際法以及歐盟法教育合作的重點，以教學+講座的模式進行教學。這些新興的碩士課程正是建立在全球化背景下、為順應國際經濟、政治一體化潮流而應運而生的。

¹ 同上。

² 同上。

³ Charlotte Ku, Teaching International Law: Beyond the Law School Experience, *Journal of International & Comparative Law*, Vol.9, 2002.p.346.

最後，澳門的國際法學教育缺乏適應本土特色的硬體設施，主要體現為缺乏系統的國際法學教材。澳門各個高校沒有統一的權威教材作指導，高校教師也大都根據自己的判斷選擇教材，而外來的教材並不能很好的反映本地特色，更不能因地制宜開展相關實踐活動。

三、澳門國際法教育的未來走向

儘管近些年來澳門的職業國際法教育從無到有，現在已經取得較好的實踐效果，都是對當今全球一體化潮流的積極回應。然而針對現存問題，未來澳門國際法學教育的改革也成為題中之義，理應受到全社會的廣泛關注。筆者擬提出以下幾項措施。

首先，重視國際法學科的特殊性，設立法律英語課程。在漫長的葡萄牙管制時期，葡語一直作為澳門的官方語言在司法實踐和法學教育中廣泛使用；而從過渡時期起，澳門社會開始其法律本地化。體現在法學教育領域，即除了原有的葡文教學以及以澳門五大法典為基礎的本地法律教學以外，職業法律教育增加了中文法學課程（主要針對本地法律課程），因此現有的澳門法學職業教育採用中文-葡文的雙語制（bilingual legal language）模式。儘管如此，一直以來，法律葡語在澳門有著極其特殊而重要的地位。相比之下，法律英語卻沒有受到應有的重視。而國際法的特殊性，尤其是國際法領域術語的學習和應用也都被忽略，這恰恰為國際法的深入學習和研究製造了障礙。筆者的建議是，在本科教學或者研究生課程中廣泛設立法律英語科，鼓勵學生用更加國際化的視角認識國際法問題，也在客觀上促進澳門社會更緊密的與國際接軌。

其次，本科國際法教學的薄弱、整體教學欠缺體系性和完整性還集中體現在教材編纂的缺失上。¹目前還沒有以澳門本地狀況為起點、以澳門社會在全球化進程中的地位和作用為視角而撰寫的教材式著作。儘管國內外的國際法專著也很多，然而對澳門的關注程度並不高。因此，為了進一步完善澳門的國際法教育體系，澳門法學界應該致力於本地化的教材編撰工作。除此之外，一方面可以支持和鼓勵國際法後備學術力量從事研究。積極加強與外界的學術交流，例如與其他國家的國際法研究機構或者高校開設聯合培養專案，便於研究生更接近國際法研究前沿，從而用更加寬闊的視野去認識國際社會。另一方面，鼓勵學生積極投入國際貿易和投資等活動的研究甚至相關法律實踐的參與，以期為本土培養同時具備理論和實踐

¹曾令良，《21世紀初的國際法與中國》，武漢大學出版社，2005年版，418頁。

能力的高級人才。

再次，澳門的國際法教育面對著很多尷尬，例如，不像其他本地法律那樣接近實務因此備受冷落。鑒於此，可以從兩個方面入手。一方面是要擴大國際法教育的受眾範圍，即把傳統的法學院學生擴大到法官、執業律師、外交官、媒體工作人員、立法機構工作人員、軍事人員等。另一方面還要增加國際法教學的技術，在短期培訓類課程中增加國際法的內容，開展網路化教學、與有關商業或者政府機構就特定問題展開討論。¹

最後，值得注意的是，作為一個有限制的國際法參與者，澳門特別行政區的建立所依據的既有國際法上的條約，也包括國內法上的憲法和基本法，其在國際法上的地位是特殊的。因此，澳門的國際法學教育也必然離不開本地區的特殊情況。然而目前一些特殊的法律制度，例如澳門在國際法上的地位以及國際法在澳門如何發揮實際效用等並沒有得到廣泛關注。因此，未來的澳門國際法教育必然要立足於澳門地區的限制性主體地位，在進行國際法通識教育的同時，也著重強化對澳門地區現實情況的認識，注意中國對澳門國際法實踐的影響，例如中國所參與的國際條約在澳門的實施與執行等具體問題都應該在國際法教學中進行強化。

四、結語

如今，全球化成為一個整體性的社會歷史變遷過程，在經濟一體化的基礎上，世界範圍內逐漸形成一種內在的、不可分離的和日益加強相互聯繫的趨勢。應該說，全球化時代的國際法教育又如何有針對性的開展，尤其是對本國家、本地區的全球化實踐如何做出有效的反應，則是國際法學教育在全球化條件下的新難題。

於澳門而言，作為一個具有特殊地位的“一國兩制”區域，澳門在面臨全球化的沖擊之時也會產生獨有的特殊問題，從而使得這個難題的解決更加具有挑戰性和艱巨性。然而，筆者相信，堅持將澳門本土特色和全球化浪潮緊密結合，在不久的未來，澳門的國際法教育定會呈現蓬勃發展之勢。

¹ Charlotte Ku, Teaching International Law: Beyond the Law School Experience, *Journal of International & Comparative Law*, Vol.9, 2002, pp.347-348.

專家點評

我審閱了吳燕妮博士生的這篇文章，認為選題較好，填補了澳門研究領域的一個空白。作者視野開闊，即從全球化的角度分析澳門國際法教育的現狀和面臨的挑戰，並預判澳門國際法教育的未來，具有重要的現實意義。雖然文章篇幅不長，但組織嚴密，層次清晰，論點鮮明，論證比較到位，表達通順。總之，我認為這篇文章達到了公開發表水平。

澳門大學法律系教授 曾令良

另類視角看九寨溝

李略¹

談到九寨溝，大家都會對她美麗的自然風光贊不絕口。2009 年聖誕節前後，我也有幸到九寨溝一遊，其山水的壯美果然名副其實，但我這裡要說的，是其他方面的觀察和感想。

一、人與動物、自然的和諧生存及環境保護

儘管在九寨黃龍機場降落前，高原以其特有的氣流來迎接我們，讓大家體會了一下過山車的暈眩感覺，有些乘客甚至非常不舒服；但一踏出飛機，在那 3,448 米海拔的高原上，藍天白雲，空氣格外清新，頓時令人心曠神怡。我沒有覺得什麼高原反應，只是感覺呼吸起來非常順暢，似乎要融化到這潔淨的空氣中了。

從機場到酒店的路上，不時遇到成群的犛牛或橫過馬路，或順馬路而行。汽車都自覺停下來，耐心等待，讓犛牛先行。如果說在城市裏，汽車讓行人先行還需要宣傳教育，在這裡讓犛牛先行已經成了大家自覺遵守的禮儀。

九寨的環境保護做得一流。首先，入溝前的環保教育很到位，導遊都要詳細介紹九寨的環保措施，提醒旅客注意環境衛生。其次，環境保持得很好，整個景區非常乾淨，在其他景區的地上有時常見紙屑、垃圾等，在這裡卻一塵不染。第三，這裡的洗手間多是移動環保式的，既滿足了旅客需求，也不會對環境造成永久破壞，更方便所有垃圾廢物都運出景區處理，保持了景區的衛生。第四，所有景區內的旅遊巴士都是以天然氣為燃料，以減輕對環境的污染。

二、地震驚人的破壞和川西人民的堅韌

從九寨溝到牟尼溝的路途只有 100 公里，卻要花上四個小時，導遊形象地形容為按摩之旅。因為沿途很多道路被地震破壞了，修路工人正在日夜搶修，汽車在高低不平的路基上顛簸前行，似乎在坐按摩椅。大家在東

¹李略，博士，澳門新視角學會理事長，澳門理工學院公共行政高等學校副教授。電子郵件：lli@ipm.edu.mo

倒西歪的搖晃中，看到山體滑坡造成的巨大破壞，遙想地震那一刻的地動山搖，一定驚心動魄。對堅持在這裡支援藏區旅遊業發展的導遊小楊也多了一份欽佩。

沿途修路的工人，雖然有一些大型機械，但很多工作似乎還需要人手去做。在零下的寒冷中，這不是一份輕鬆的工作。更惡劣的是漫天的塵土飛揚，他們每個人都籠罩在飛塵中，身上臉上都是一層土，而他們竟然沒有防護口罩，施工公司應該負起責任，給員工提供更好的保護。在我們向他們揮手致意時，他們也都熱情的回應。透過滿面的灰塵，臉上是明亮的微笑，展現了川西人民震後並不怨天尤人，而是奮起建設的堅韌與樂觀。

在這樣凹凸不平的路上，許多當地流行的小貨車，卻不為所懼，勇往前行。甚至老式的兩箱夏利以及奧拓等都左穿右插，積極前行，展現了不屈不撓的精神。

三、孩子上學的艱難和充滿樂觀的希望

沿途也碰到許多中小學生在上下學的路上，雖然沒有鮮艷的校服，但他們的精神是樂觀向上的。當看到旅遊巴駛過時，向我們熱情的招手，當看到我們向他們揮手致意時，有小學生甚至敬起少先隊的敬禮。看著他們充滿童真和浪漫無邪的面孔，總使我深深地感動。有些小學生走在半山腰上，我前後都看不到有學校和住宅，想來他們要走很遠的路來上下學。相比澳門，走十分鐘都覺得遠，這裡的孩子需要更多的堅韌不拔。

孩子是未來的希望，看到他們在如此艱苦的環境下依然堅持上學，突然對國家幾十億上百億美元援助非洲感到不勝唏噓。也許我們還是要牢記小平同志的教導：在國際事務上，不要出風頭，埋頭把自己的建設搞好。

同時心裏也有一股沖動，希望能來這裡或其他落後地區支教，記得曾經看過一篇新聞報道，說有些落後地區希望小學等建了起來，硬體有了，但更缺的是軟件：好的老師。所以迫切需要大學畢業生們到農村支援教育。可是國內的體制，卻使得大學畢業生們的理性選擇是聚集在大城市。如果有可能，我們能否來這裡支教一個學期？當然，受制於本職工作和家庭，也許一個學期不太容易安排，那麼可以利用自己的假期，一個月或半個月也好。記得心理學上曾經講過，每一個兒童出生時都是天才，只是我們愚蠢的教育制度扼殺了他們。我們不一定要給他們講課本上的基本內容，也許他們更需要的是分析思考的能力和對外界的視野。我們的短暫接觸也許能幫助他們打開一扇觀察外面世界的窗戶，甚至是通往外部世界的一扇門。

四、最讓人欣慰的強有力證據

這是唯一一個地方，我看到的中小學校比政府的機關大樓建得更好更大。在內地很多地方，最漂亮的建築是政府機關或銀行，這種現象在落後的地方更為明顯，讓人覺得非常遺憾。而歐美很多先進國家，小地方上最漂亮的建築卻往往是學校。

這裡的學校建得相對更為漂亮，讓人看到了當地政府的遠見與胸襟。畢竟教育是一個地方未來發展的保證。我甚至在想，中紀委應該下發一個規定，政府機關不能建得比當地最差的學校更好，如果學校沒有空調，政府機關也不能裝空調。這樣，官員們才不會脫離群眾，官老爺們也才能切身體會到人民群眾尤其是孩子們的艱辛，他們也才能有更大的動力去推動經濟發展與改善教育，未來才更有希望。

五、張導遊的虔誠及我對尊重與歧視的管見

同行的張導遊是漢藏混血兒，正體現了民族的團結與融合。他同時擁有漢族名字和藏族名字，生活習慣也多按漢族，但宗教是跟隨藏族的藏傳佛教。

藏區的藏族不吃魚，他由於近十年來一直生活在廣州，就折中了一下，只吃海魚而不吃淡水魚。當然我不知道這算不算折中，因為雖然藏族傳統上不吃魚，但當地只有淡水魚，所以嚴格說來，藏族的傳統是不吃淡水魚，所以也許吃海魚並不違反藏族的傳統習俗。

當然其他方面他似乎更傾向於藏族，尤其是有關藏族的風俗習慣。我不知這是由於藏族享受更多的少數民族優待，還是宗教的影響。我猜宗教的影響更大。由此也可以體會藏族同胞應該大多是虔誠的藏傳佛教信徒。

對於宗教我一向沒有什麼研究，儒家的思想歸根到底是一種不可知論。孔子說，“敬鬼神而遠之”、莊子說“六合之外存而不論”。所以我對宗教雖不瞭解，但非常尊重。但我一向認為，任何宗教和傳統一樣，都有好的一面與落後的一面，應該發揚好的一面而改進落後的一面，這樣才會有進步。但問題是如何區分，如果不是得道的高僧或宗教的權威人物，一般人批評宗教的落後往往會被認為有不尊重宗教的嫌疑，所以這裡我也不要信口雌黃了。但無論如何，我認為宗教和傳統習俗應該更寬容。

比如吃西餐時，雖然規定刀叉要從外往裏一層層地用，但萬一用錯了，也不能說是褻瀆了西餐的禮儀，而只能說是不瞭解和不習慣而已。中國人

更是大而化之，如果是吃中餐，勺子、筷子甚至刀叉和手都可以用，我們也不會覺得是對中餐的褻瀆。

我想，宗教與傳統習俗是要尊重，但過分地自我保護，神聖化起來，似乎就不太好了。有時候，過分地自我保護和太強烈的自尊其實是弱勢民族的反映。

中國人以前對被稱為“東亞病夫”非常敏感，現在伴隨著奧運金牌的第一與亞洲第一體育強國的榮耀，中國人對此似乎沒那麼大的反應了。

當然中國人現在對西方的一些貶稱還很敏感，比如前一段有西方新聞主播稱中國人為“CHINAMAN”，就引起軒然大波。這個詞是否是歧視，我在這裡不討論¹。這令我想起了另外一個故事：

一個加拿大白人常住廣州，說得一口流利的廣東話。一次他要乘坐出租車，上車後用地道的廣東話告訴司機到什麼地方。司機非常驚訝地回頭看他，以為要麼是自己之前看錯了，要麼是聽錯了。他哈哈一笑，對司機說“內某忒錯，我嘿鬼佬來的”。他們並不把“鬼佬”看成是一個歧視的用語，反而洋洋自得，這就是優勢民族的自信。但伴隨著中國的越來越強大，我估計“鬼佬”這個詞可能慢慢會被意識到其本來的歧視含義了。

六、藏民家庭歌舞表演的感受

參觀藏民的家庭歌舞表演前，特地諮詢了看過的人的意見，都反映不太好。我本猶豫是否要去，後來本著實地考察藏民家庭式文化產業模式的態度，還是去見識了一下。

看完之後，平心而論，其內容和質量其實還可以。藏族個個能歌善舞，尤其是藏族特有的高音，真是層層疊疊、高處更高，循環往復，餘音繞梁，讓人不勝感嘆；有一些歌舞也很熱烈、幽默。但有幾點做得不好，給人的第一印象就比較差，從而很難使人有太好的評價。

第一，坐的位置太擠，使人很不舒服。藏民總想在盡可能小的空間裏塞下盡可能多的人，使每一場表演收到盡可能多的錢。於是使每一個人坐得非常逼迫，幾乎動彈不得，一下子就使遊客的興致減半。其實如果遊客坐得稍微舒服一點，心情會好很多。

第二，食物質量參差太大，沒有一個可食用的標準。食物送上來以後，烤全羊和烤牛肉每人可分得一兩塊。我覺得烤全羊很好吃，因為很嫩；烤

¹ 其實這個詞也有著從中性到歧視性的發展過程，參見維基百科：
<http://en.wikipedia.org/wiki/Chinaman>

牛肉不好吃，因為咬不動。但與旁邊的朋友交流，他的評價正好相反，他覺得烤全羊很難吃，因為咬不動；烤牛肉很好吃，因為很嫩。後來我發現，所有的烤肉，總有些地方烤得好，有些地方烤得差，但他們並沒有把差的去掉，而是全部端出來，隨機地分配給你。這就要看你的運氣了，運氣好的，碰上嫩的，你可以胃口大開；運氣不好的，碰上咬不動的，算你倒楣。但這樣也使得大家的心情大打折扣。沒有人會期望精肴細饌，那也不是藏民的風格，但起碼送上來的肉都要咬得動，不然還不如不送。

總之，感覺藏民家庭歌舞的經營顯得很小家子氣，總是想以最小的成本換取最大的利益，結果反而敗壞了自己的名聲。其實如果他們能提供好一點的環境、好一點的服務、好一點的食物，哪怕要貴一點價錢，大家也會更滿意，也會有更多回頭客。而現在的這種狀態，估計沒有多少人願意再去，也沒有多少人願意推薦給朋友去看。從長遠來說，損失反而更大。

這令我想起在日本參觀姬路古城，裏面有一個品茶的地方，雖然價錢不便宜，但環境清幽，服務雅致周到，令人心曠神怡。去過的都誇好，大部分都願意再去，也都願意推薦朋友去。

這就提醒我們，做文化產業，更要強調客戶滿意度，而不要利潤至上。因為文化產業提供的服務和產品，對顧客來說並不是必需的，如果不注重客戶滿意，片面追求短期利潤，是很難持續發展的。

七、名副其實的“九黃”機場

九寨溝交通不算很便利，距成都最近的路線也要 440 公里，所以很多旅客都要乘飛機到九寨溝。九寨溝的機場叫“黃龍機場”，大家合稱“九黃”機場，意思是十飛九黃，經常晚點。我們去的時候還好，準時到，連導遊都說我們很幸運，當時沒覺得什麼。回來的時候，從早上一直等到晚上才起飛，真正體會了十飛九黃的道理。原來，這裡由於高原天氣多變，加上成都、重慶都多霧，所以航班大多延誤，會對行程造成很多不便。但另一方面，由於機場細心調度，我們同機到成都的旅客都可以搭其他航班先走，這又使得我們的航班不需要在成都中轉而直飛廣州，倒也節省了少許時間和麻煩。

《澳門新視角》徵稿啟事

- 一、《澳門新視角》係澳門青年研究協會編輯出版的學術理論性刊物。
- 二、《澳門新視角》以“研究青年、研究澳門”為宗旨，推動本澳學者特別是青年學者的學術研究與交流，力求發揮學術理論服務社會的基本功能。
- 三、本刊暫定為不定期出版，內容涉及政治、法律、經濟、文化等方面的社會事宜。第七期將會爭取在2010年11月份出版。
- 四、本刊除發表本澳專家學者的有關論述外，歡迎外地專家學者惠賜有關論文，提供訊息及資料。
- 五、本刊特設“大學生習作”專欄，並安排專家對習作進行點評。
- 六、《澳門新視角》編委會成員為澳門青年研究協會全體理事。

總編輯：邱庭彪

副總編輯：龐川

編輯部設在澳門媽閣街中山新邨第三座17/D

電話：00853-2852 6255 傳真：00853-2852 6937

電郵：macaomyra@gmail.com

- 七、文稿一經發表，即致薄酬（大學生習作也適當支付稿酬）。本刊有權在其他場合編輯採用。
- 八、本刊堅持學術自由原則，文責自負。所發表觀點不代表本會及編輯部意見。
- 九、本刊只接受通過電子郵件（本刊編輯部電子郵箱為 macaomyra@gmail.com）以文字檔傳來或寄來磁盤的稿件，手寫稿件一律不收。文稿發表與否，三個月內均通知作者。
- 十、本刊編輯部對選用文稿有權進行必要體例規範工作，倘作者有所保留，請在來稿中說明。

《澳門新視角》編輯部

二〇一〇年五月

附：稿件體例要求

1. 文稿採用現代漢語規範標點符號，如：引號用“ ”（不用直引號「 」）；逗號用，（不用下落的逗號）；書名號用《 》，（不宜混用引號）。
2. 行高：文章題目行高 21 點，副標題行高 20 點，其他一律使用 19 點行高；標題與作者名之間、作者名與正文之間、章與章之間空一行，其他不空行。
3. 字體：中文稿採用新細明體：

內文 :12 點；

題目 :18 點加粗居中列印，副標題另起一行，16 點加粗居中列印；

標題 :章節標題位於居中位置，12 點加粗居中列印。

正文一級標題位於頁面左端，頂格放置，序號後加頓號“、”；12 點加粗列印。

例：一、標題內容

正文二級標題，位於頁面左端，空兩格放置，序號加小括弧，後空一格接標題內容，末尾不加標點，12 點加粗列印。例：(一) 標題內容

第三級標題位於頁面左端，空兩格放置，序號後加“.”；後空一格接標題內容；12 點加粗列印。例：1.正文內容

第四級以下單獨占行的標題均空兩格放置序號，後空一格接標題內容。採用(1)(2)(3)單獨序號，對分項中的小項採用①②③…的序號或數位加半括弧，括弧後不再加其他標點。

4. 英文及阿拉伯數字文稿字型用 Times New Roman。
5. 文稿內數字一律用阿拉伯數字(引用古籍例外)，五位以上數字用進位號，如 65,000；萬以上整數數字以萬、億為單位。
6. 註釋採用頁下註及西方習慣，字型大小為 10 點，並分別以 1、2、3……數字來標示；體例規範如下：

專著:(中文)作者姓名：《書名》，出版地；出版社，出版年，第? 頁。

(英文)Author,Title of Book (Place of Publication:Publisher,date), pp.? .

期刊:(中文)作者姓名：《文章題目》，載於《期刊名稱》，出版期號，出版件，第? 頁。

(英文) Author of article, “Title of article,” Journal Title,Vol.?, NO.?(year), pp.?.